



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

사회학석사학위논문

소박함의 열망

: 계간지 〈킨포크〉와 키포크 문화를 중심으로

2015년 8월

서울대학교 대학원

사회학과

박주현

소박함의 열망

- 계간지 키포크와 키포크 문화를 중심으로 -

지도교수 김 홍 중

이 논문을 사회학석사 학위논문으로 제출함.

2015년 4월

서울대학교 대학원

사 회 학 과

박 주 현

박주현의 사회학석사 학위논문을 인준함.

2015년 7월

위 원 장 김 석 호

부 위 원 장 신 혜 경

위 원 김 홍 중



국문초록

소박함에의 열망
: 계간지 〈킨포크〉와 키포크 문화를 중심으로

박주현

서울대학교 사회학과

본 연구는 한국 사회에서 소박함이라는 가치가 어떻게 표현되고 대안적으로 추구되는지에 대한 연구이다. 이를 〈킨포크〉 잡지와 이를 둘러싼 모임, 사회적 담론 등을 통해 분석하고자 했으며 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, ‘창조 도시’ 포틀랜드에서 수입된 키포크 문화는 한국의 음식 문화와 힐링 문화에 대한 열광과 맞물려 인기를 끌었다. 한국에서 초기에는 독립출판물의 하나로 개별적인 온라인 구매와 소규모 책방에서 구매를 통해 〈킨포크〉 잡지가 알려졌으며 이후 키포크 관련 모임이 생기고 미디어의 조명을 받으며 확산되었다. 전세계로 확산된 키포크 문화는 ‘힙스터’ 문화로도 알려졌는데 한국의 경우 젊은 세대의 문화적, 경제적 자본의 부재로 인해 ‘힙스터’ 문화가 발달하기는 어려웠으며 대신 창의적인 직종에서 일하는 직장인들이나 주부들을 중심으로 키포크 문화가 퍼져나갔다.

둘째, 소박한 취향과 삶의 방식은 미적 취향의 결과이자 윤리적 선택의 일환이기도 하다. 소박한 취향은 단순하고 절제된 아름다움, 애쓰지 않은 듯한 멋으로 대표된다. 이들은 과한 느낌을 주는 것을 과감히 골라내고 가장 필수적인 것만 남겨 깔끔하고 우아한 느낌을 추구한다. 이

때 아등바등 애쓰지 않고 획득된 멋으로 보여지는 것이 중요하다. 이러한 소박한 취향은 일상에서 일과 취미의 불분명한 경계, 자연과 가까움, 일상 속 여유로 대표되기도 한다. 소박함은 기존의 화려한 볼거리 위주의 미적 가치에 반대 급부로 나타난 선택이며 이를 통해 자신의 정체성을 강화하고 대중과 거리를 둔다. 소박한 취향은 단순히 미적 선택의 문제에서 그치지 않고 생존주의에 대한 피로감에서 탈피하고자 나타난다. 생존주의는 극한의 상황에서 목숨을 구하거나 커다란 성공을 성취하려는 자세라기보다 개인의 평범한 행복과 안정을 위해 경쟁 상황에 지속적으로 참여하는 마음이다. 키포크 문화는 경쟁 속에서 대항하지 못하고 일상을 살아가는 행위자들에게 주체가 되는 기쁨을 제공한다.

셋째, 키포크 문화가 상정하는 소박한 관계와 공동체는 취향과 친밀한 분위기를 공유한다. 키포크족들은 미국 키포크 본사와 연관을 맺고 있는 키포크 공식 모임과 그밖의 비공식 모임을 통해 함께 음식을 만들거나 식사하면서 이야기를 나눈다. 이들은 자아와 가까운 사람들의 행복을 중시하지만 이것이 키포크족들이 폐쇄적임을 의미하지는 않는다. 오히려 이들은 처음 만나는 사람에게 좋은 사람, 열려있는 사람이 되고자 하며 편안한 대화를 하기를 기대한다. 더불어 소집단이 다른 소집단과, 그리고 보다 큰 공동체와 자생적으로 조화를 이루고 사회에 변화를 가져올 것이라는 기대를 가지고 있기도 하다.

넷째, 소박함이 대형적으로 소비되기 시작하면서 오히려 소박함의 실천은 유예되고 있다. 키포크 문화의 확산과 함께 환경 문제에 대한 관심을 바탕으로 사회 운동으로 발전되거나 느리고 단순한 삶의 대안적 방식으로 소박함이 실천될 수 있을 것이라는 기대도 나타났다. 그럼에도 키포크 문화에서는 소박함이 이미지로써 한국 사회의 생존주의와 갈등을 일으키는 것이 아니라 조화로운 모습을 보이며 기존의 생존주의를 존속시키는 힘으로 작용한다. 이는 행위자들이 소박한 문화와 생존주의라는 현실이 충돌할 때 전자를 선택하기에 드는 비용이 모두 개인에게 부담되면서 소박함을 실천해나가는 것이 쉽지 않기 때문이다. 또한 소박함의 가치 역시 대중 앞에서 공유되고 선언되는 것으로 개인들에게

공동체에 소속돼 있다는 만족감을 주면서 실제로 공적인 해결책으로 자리잡지는 못하고 있다.

인디 문화 사람들에게 키포크 문화는 ‘대중 문화’가 되었지만 일반인들에게 키포크 문화는 하위 문화의 하나로 인식된다는 점에서 키포크 문화가 한국 사회의 소박함의 양상을 얼마나 드러내줄 수 있을 것인지 한계가 지적될 수 있다. 또한 길지 않은 기간 동안 하나의 유행으로 스쳐지나가는 문화 현상을 분석함에 있어 보다 체계적인 방법론을 제시하지 못한 점이 아쉽다.

생존주의에서 벗어나고자 하는 소박함의 열망은 친밀함과 취향을 중심으로 하는 작은 공동체에서 만족감을 얻고 오히려 생존주의에서 추구해야하는 새로운 미적 가치로 변모했다. 현실 속의 생존주의에서 벗어나고자 하는 개인들은 소박함의 열망을 가지고 있으나 그 열망이 현실과 충돌하면서 다가올 미래를 이미지로 만들어 보여주는 소망으로 전환되고 있음을 파악할 수 있었다.

주요어: 키포크, 소박함, 열망, 생존주의, 취향공동체, lifestyle movement

학번: 2013-22812

목 차

I . 서론	1
1. 연구 배경과 문제제기	1
2. 선행 연구 검토	5
3. 주요 개념 및 이론적 자원	6
1) 주요 개념	6
① 소박함	6
② 열망	10
2) 이론적 자원	10
① 취향과 정체성의 정치	10
② 생존주의	13
③ 후기 근대의 공동체	14
4. 연구 대상과 연구 방법	16
1) 연구 대상	16
2) 연구 방법	20
II . 키포크 문화의 발생	24
1. 키포크 문화의 수입	24
1) 포틀랜드의 키포크 문화	24
2) 한국으로의 키포크 문화 수입	28
3) 키포크족의 배경	30
2. 키포크 문화의 확산	38
1) 키포크 모임의 등장과 미디어의 조명	38
2) 키포크 문화 담론의 구성	40

Ⅲ. 소박한 취향과 삶에 대한 열망 ----- 43

1. 소박한 취향 ----- 43

1) 과함의 절제 ----- 44

2) 애쓰지 않은 멋 ----- 29

2. 일상에서 소박함의 실현 ----- 52

1) 일과 취미의 모호한 경계 ----- 52

2) 도시 속 자연스러움 ----- 56

3) 일상 속 여유와 한가함 ----- 57

3. 윤리의 심미화 ----- 58

1) 윤리적 선택으로서의 취향 ----- 58

2) 남다름의 수용과 거리두기의 태도 ----- 61

4. 탈-생존주의로서의 소박함 ----- 64

1) 생존주의에 대한 피로감 ----- 64

2) 일상 속 탈-생존주의의 추구 ----- 66

Ⅳ. 소박한 관계와 공동체 형성에 대한 열망-- 71

1. 모임 분석 ----- 71

1) 공식 모임 ----- 71

2) 비공식 모임 ----- 73

2. 친밀함과 진정한 분위기의 추구 ----- 74

1) 친밀함의 형성 ----- 74

2) 취향의 네트워크 ----- 77

3. 소박한 관계와 공동체에의 열망 ----- 78

1) 자아와 주변인의 행복 ----- 78

2) 열린 사람 되기 및 만나기 ----- 80

3) 소집단들의 자생적 조화에 대한 믿음 ----- 82

V. 소박한 대안의 추구 -----	86
1. 대안적 삶으로서 소박함의 추구 -----	86
1) 정치적 목소리와 사회 운동으로의 발전 -----	86
2) 대안적 삶의 방식으로 소박함의 실천 -----	87
3) 고정된 슬로건과 강요에 대한 거부감 -----	90
2. 소박함의 대형화 -----	91
1) 키포크 스타일의 유행 -----	91
2) 키포크 문화에 대한 타자화 -----	95
3) 개별적으로 소비되는 소박함 -----	97
3. 유예되는 소박함의 실천 -----	98
1) 소박함의 이미지와 생존주의의 조화 -----	99
2) 공공성을 대체하는 소박함의 공동성 -----	102
VI. 결론 -----	105
참고문헌 -----	109
Abstract -----	120

표 목차

〈표 1〉 면접 대상자들의 소박함 언급 내용 -----	7
〈표 2〉 〈킨포크〉의 발행일과 내용 -----	17
〈표 3〉 면담자의 인구적 특성 -----	19
〈표 4〉 미국 지역별 창의성 지수 -----	27
〈표 5〉 〈킨포크〉 잡지 판매 책방 -----	39
〈표 6〉 나라별 힙스터와 키포크 언급 기사 -----	30-33
〈표 7〉 〈킨포크〉사진 채도별 분류 -----	47
〈표 8〉 한국의 키포크 공식 모임 현황 -----	72-73

그림 목차

〈그림 1〉 이론적 틀 -----	15
〈그림 2〉 흰색 위주의 밝은 계열 사진 -----	20
〈그림 3〉 검은색 위주의 어두운 계열 사진 -----	22
〈그림 4〉 채도가 높은 사진 -----	22
〈그림 5〉 채도가 낮은 사진 -----	22
〈그림 6〉 오레곤 주의 대선 후보 지지 추이 -----	25
〈그림 7〉 트위터상 키포크 언급 횟수 -----	39
〈그림 8〉 〈킨포크〉 16호 중 낮은 채도로 선별된 사진 -----	45-46
〈그림 9〉 〈킨포크〉 16호 중 낮은 채도로 선별되지 않은 사진 -----	46
〈그림 10〉 정물화와 비슷한 음식 사진의 예 -----	48
〈그림 11〉 〈킨포크〉와 타잡지 표지 레이아웃 비교 -----	48
〈그림 12〉 일반인에게 친숙한 사진의 예 -----	50
〈그림 13〉 대륙별 키포크 모임 개최 비율 -----	71
〈그림 14〉 시기별 키포크 모임의 양상 변화 -----	71
〈그림 15〉 잡지 표지 레이아웃의 키포크화 -----	92
〈그림 16〉 인스타그램의 키포크 관련 사진 유형 -----	95

I. 서론

“난 이 거지 같은 직장을 떠나 복숭아 통조림을 만들어야겠어.”¹⁾
- 〈하우스와이프〉 2.0 中

1. 연구 배경과 문제제기

보다 화려한 것과 보다 이색적인 것에 대한 지향을 미덕으로 삼던 각종 TV프로그램이 보다 단순한 것, 보다 일상적인 것으로부터 방송 소재를 끌어내기 시작했다²⁾. 이국적인 스펙타클을 보여주는 데 발걸음을 바빠했던 여행 소개서들은 어떻게 하면 타국의 일상에 단기간 내에 스며들 수 있는지 보여주고 있다³⁾. 본 연구는 한국 사회에서 소박하고 일상적인 삶의 가치가 주목받고 회자되었으며 하나의 삶의 지향점으로 추구되는 동시에 볼거리로 자리 잡고 있음에 주목한다. 본 연구는 소박함이라는 가치가 한국 사회에서 어떻게 표현되고 지향되는지에 대한 연구이다. 더 나아가 소박함이라는 특정 라이프스타일의 표현을 통한 취

1) 맷차, 에밀리, 2015, 『하우스와이프 2.0』, 허원 옮김, 미메시스.

2) 예능 프로그램의 일상성에 대한 집중은 요리에 대한 관심에서 폭발한다. 주부들을 주요 독자층으로 상정했던 요리 프로그램들은 이제 각 방송사의 저녁/밤 황금 시간대에 자리하며 ‘어떻게 하면 내가 가지고 있는 재료로도 맛있는 음식을 해먹을 수 있는지’(tvN의 〈삼시세끼〉, JTBC의 〈냉장고를 부탁해〉, 〈오늘 뭐 먹지?〉, KBS2의 〈해피투게더〉의 ‘야간매점’ 코너, MBC의 〈마이리틀텔레비전〉의 요리 코너, KBS2의 〈대단한 레시피〉, tvN의 〈집밥백선생〉) 또는 ‘맛있는 음식을 파는 곳을 찾아갈 수 있는지’(tvN의 〈수요미식회〉, K STAR의 〈식신로드〉), O’live의 〈테이스티로드〉)를 예능 소재로 삼는다.

3) 관련된 TV 프로그램으로는 유명 관광지가 아닌 외국인 친구의 집을 방문해 여행하는 JTBC의 〈내 친구의 집은 어디인가〉, 현지인의 집을 빌려 현지인처럼 생활하는 On Style의 〈하지원의 언니랑 고고〉, 대도시에서 살아남는 것을 목표로 하는 SBS의 〈도시의 법칙 in 뉴욕〉 등이 있다. 관련 여행 도서로는 『뉴욕어도 모르는 뉴욕』, 『뉴욕으로 6개월 살기』, 『한 번쯤, 파리지앵처럼: 평범한 일상도 특별해지는 21가지 삶의 기술』 등을 들 수 있다.

향의 추구가 기존 주류 사회와는 구분되는 대안적인 움직임으로 발전할 수 있는지의 가능성을 모색한다.

이를 위해 본 연구는 계간지 〈킨포크(Kinfolk)〉와 이를 둘러싼 담론과 문화에 집중한다. 〈킨포크〉 잡지는 “cook, make and do”라는 테마 아래 음식 문화에 초점을 맞추고 요리법부터 소모임 주최, 여가를 보내는 방법 등에 대한 사진과 에세이, 인터뷰를 담고 있다. 키포크 문화는 1990년대 마사 스튜어트(Martha Stewart)⁴⁾식 삶에 대한 2010년대의 응답으로 불리기도 한다.⁵⁾ 미국 포틀랜드에서 2011년 창간된 〈킨포크〉 잡지는 온라인으로 게시된 지 2주만에 600만부를 기록하고 오프라인 상으로도 베스트셀러에 오르며 2015년 7월 현재 16호까지 발행되었다. 〈킨포크〉 잡지는 한국에 소규모 서점을 중심으로 수입되었으며 높은 관심을 바탕으로 2013년부터 한국어 번역본이 출간되어 인기리에 판매되고 있다.

주목할 지점은 〈킨포크〉 잡지는 단순히 요리 레시피로 기능하는 것이 아니라 대안적인 라이프스타일을 제시하는 잡지로 기능한다는 점이다. 이 잡지는 소박하고 단순한 삶을 모토로 ‘A guide for small gathering’(1-5호), ‘작고 새로운 발견의 나날들’(6-16호)이라는 부제를 달고 있다. 〈킨포크〉는 음식을 주요 테마로 다루되, 혼자서 또는 주위 사람들과 어떻게 느끼고 여유로운 삶을 보낼 수 있을 것인지에 대해 매 호마다 다른 주제를 가지고 접근한다. 또한 키포크 본사는 전세계 도시에서 키포크 모임 행사를 진행하고 있으며 한국에서도 키포크의 서울판을 재현해내는 모임이 진행되고 있다. 한국에서 최근에는 자연친화적이고 건강한 생활양식을 내세우며 키포크 라이프스타일을 주요 컨셉으로 삼은 ‘더킨포크(the Kinfolk)’ 아파트가 분양을 시작해 큰 인기를 끌기도 했다⁶⁾.

4) 요리, 집안 꾸미기, 정원 가꾸기, 파티 주최, 애완동물 기르기 등 생활 전반의 양상을 제안하는 라이프 코디네이터로, 1990년대 큰 인기를 누렸다.

5) Murphy, Tim, 2014, “Better Homes and Hipsters: Kinfolk Magazine, the Martha Stewart Living of the Portland Set”, *The New York Times*, April 25.

〈킨포크〉의 창립자인 네이션 윌리엄(Nathan William)은 젊은이들이 향유할 수 있는 놀이(entertainment) 문화가 “엄청난 양의 술, 미비한 양의 옷, 또는 그 둘의 조합”에 불과하며 “클럽에 가거나 술을 마시는 것이 자연스럽지 않은 형태의 놀이”⁷⁾라고 생각하고 놀이 문화에서 대안적인 청사진을 제공하고자 했다. 이러한 놀이에 있어서 ‘대안적인 청사진’은 전세계의 소위 ‘잘 노는 젊은이’, ‘고급 취향을 가진 젊은이’들에게 ‘힙스터(hipster) 문화’의 일부로 퍼져나갔다. 흥미로운 지점은 기존에 평범함을 거부하고 사회로부터 거리감과 독특함을 지향하던 젊은이들이 평범함을 통해 자신들의 쿨(cool)함/힙(hip)함을 추구하고, 이것이 다시 대중문화로 확산되었다는 것이다. “개인주의는 사라지고 누구도 피짜가 되고 싫어하지 않는다. ‘놈코어(Normcore)’⁸⁾는 성실하고 예의 바르며 자기과시적인 힙스터의 새로운 트렌드”⁹⁾가 된 것이다. 화려함이나 독특함이 아니라 가장 평범하고 소박한 모습이 동경의 대상이 되었다는 점에 주목할 필요가 있다.

본 연구는 취향은 주관적이고 직관적이라기보다 사회적으로 영향을 받은 미적 사고와 윤리적인 사고의 산물이라는 점에 집중한다. 즉 취향은 광범위한 문화적 변동을 반영(콜린 캠벨, 2010)한다. 본 연구에서 주목하는 키포크 문화는 어떠한 취향을 지향하고 있는지, 이러한 취향은 어떠한 미적 기준과 윤리를 고려하고 있는지 ‘소박함’이라는 개념을 바탕으로 살펴본다.

먼저 키포크적인 취향이 나타나게 된 사회적 배경을 미국 포틀랜드와 한국 사회를 중심으로 분석한다. 키포크 문화는 한국으로 어떻게 수입

6) “광고산 한양수자인 더킨포크 청약마감.. 최고 경쟁률 28.83대 1”, 〈경향신문〉, 2015.07.04.

7) Olmstead, Gracy, 2013, “Where Wendell Berry Meets Martha Stewart”, *The American Conservative*, November 26.

8) Normal과 Hardcore의 합성어로 소박하고 평범한 것이 가장 쿨함을 의미하는 패션 용어.

9) Von Peter Praschi, “Neuer Hipster-Trend ist unerträglich selbstgefällig”, *Die Welt*, 2014.04.14.

되고 어떤 이들을 중심으로 확산되었는가? 또한 각종 미디어는 키포크 문화를 어떻게 다뤘으며 이 과정에서 어떠한 사회적 담론이 만들어졌는가? 이와 같은 질문의 제기와 분석을 통해 키포크 문화의 발생에 대해 살펴보려 한다.

다음으로 키포크 문화가 지향하는 가치에 대해 살펴본다. 키포크족에게 ‘소박함’은 무엇을 의미하는가? 그들에게 이러한 가치는 왜 중요하며 이를 어떠한 방식으로 받아들이고 표현하고 있는가? 왜 이들은 소박함을 지향하게 되었는가? 이를 크게 취향과 삶, 관계와 공동체, 대안성의 측면에서 분석하고자 한다.

키포크족의 모습은 소박함이라는 미적 취향을 그들이 지향하는 삶의 모습 또는 윤리와 연관시키고 주류 문화와 차별화한다는 점에서 19세기 유럽의 보헤미안을 떠올리게 한다. 보헤미안의 계보는 근대의 예술가로부터 최근의 힙스터 논의까지 이어지며 이때 한국의 키포크 문화는 어느 좌표에 위치할 수 있는지 분석한다. 더 나아가 ‘소박함’이라는 취향이 왜 등장하였는가라는 질문을 한국 사회에서 나타나는 생존주의를 중심으로 분석하고자 한다. 즉 키포크 문화는 소박함을 미적으로 추구하면서 절대적인 생존주의(김홍중, 2009, 2015)와 거리를 두고자 하는 모습을 보인다. 다만 이것이 생존주의로부터 완전히 이탈하거나 저항하는 모습인지, 생존주의자들이 가지고 있는 판타지는 무엇인지에 대해서 질문을 던져보려 한다.

또한 사회 안에서 미적 취향이 어떠한 사회적 형태를 띠고 공유, 교류되고 있는지에 주목하는 것은 대안적인 삶의 방식으로서의 소박함을 분석하는 데 있어 보다 중요하다. 마페졸리(2013:7)는 포스트모더니티의 특징으로 “윤리와 미학 간의 연결(...)을 통해 공유되는 감정, 혹은 집합적 감정으로부터 일어나기 시작하는 새로운 사회적 연결(에토스)”에 대해 이야기한 바 있다. 이 때 미학은 “공유된 감정적 경험”이며 이것이 “공동체의 기초이고, 그동안 [마페졸리가] 포스트모던 ‘부족’이라 지칭해온 개념을 지탱(Maffesoli 2003:138)”한다고 본다. 윤리와 미학은 사회적 연결 지점이 되며 특정한 공동체의 모습을 보여준다. 그렇다

면 키포크족들이 지향하는 소박한 관계와 공동체의 모습은 어떠한 윤리와 미학을 바탕에 두고 어떠한 모습을 띠고 있는가? 키포크 문화가 상정하고 있는 관계의 모습을 키포크 모임을 통해 살펴보고 모임 속의 친밀성에 대해 분석한다. 이들은 무엇을 중심으로 모이고 공유하며, 어떠한 방식으로 다음 만남을 기약하며 관계를 이어가는가? 이들은 어떠한 대화를 나누고 어느 강도의 만남을 가지는가? 이러한 분석을 통해 후기 근대에서 취향을 중심으로 하는 소규모 공동체의 모습을 살펴볼 수 있을 것으로 기대한다.

마지막으로 키포크 문화에서 하나의 대안적인 삶으로서 소박함을 추구하는 경향과 소박함이 대형적으로 소비되는 경향을 분석한다. 생존주의로부터 벗어난 또는 벗어난 것처럼 보이는 키포크 문화는 생존주의에 저항하는 흐름으로 작용하는가? 소박한 라이프스타일의 추구를 통해 작은 것이 거대한 것을, 느림이 빠름을, 적음이 많음을 대체하고 있는가? 만약 어렵다면 저항적인 운동으로 나아가게 하는 것을 방해하는 한계로는 어떠한 요소들이 지적될 수 있는가? 소박함의 추구가 대중적인 소비가 되었을 때 이는 어떠한 효과를 낳는가? 위와 같은 질문에 대한 연구를 통해 한국 사회에서 소박함에 대한 열망의 상을 그리고자 한다.

2. 선행 연구 검토

키포크 문화를 직접적으로 분석한 학술적인 선행연구는 국내외에 존재하지 않는다. 음식 문화와 관련된 선행 연구들은 건강과 위생에 대한 강조에서 개인의 라이프스타일과 소비 윤리에 대한 관심으로 이어져왔다.¹⁰⁾ 최근에는 새로운 음식 문화의 등장과 더불어 'foodie'¹¹⁾라는 단

10) 1899년 British Food Journal(BFJ)이 발행돼 높아져가는 음식에 대한 관심과 관련 정부기관과 법령 제정 등에 대해 다루기 시작했다. “최근 몇년 동안 음식 상품과 기타 필수 용품의 실제 성격, 질과 가치에 있어서 진정한 가이드를 얻고 싶다는 바람이 급격하게 늘어났다. 더 많은 법률의 제정과 개정, 정부 활동과 공무 활동의 증가를 바라는 요구는 이 중요한 국가적 문제가 마침내 일반

어를 중심으로 음식 평론가와 평점에 관한 연구(Tan et al, 2013), 음식 관광객들의 사회경제적 특성을 살핀 연구(Robinson and Getz, 2014) 등이 이뤄지기도 했다. 한국에서도 음식과 관련된 라이프스타일을 분석하는 연구(반주원, 2007; 이유리 외, 2009; 최재홍, 2009; 황규원, 2008)가 관광학과 조리학을 중심으로 이뤄졌다.

음식 문화와 윤리에 대한 연구 역시 식생활 연구의 상당 부분을 차지한다. 김완구(2014)는 식생활에서 주요 윤리적 쟁점을 채식주의, 공장식 사육, 유기농업으로, 변순용(2014)은 자연화, 지역화, 신선한 음식으로 음식 윤리를 정리한 바 있다.

그러나 음식 문화의 일부로만 키포크 문화를 파악할 경우 특수한 미적 가치와 그것이 나타나게 된 사회적 배경, 공동체의 모습과 대안정치적 성격 등에 대해 온전히 설명하기 어렵다. 이에 다음 부분에서 키포크 문화 연구를 위한 주요 개념과 이론적 틀을 제시하고자 한다.

3. 주요 개념 및 이론적 틀

1) 주요 개념

① 소박함

먼저 면접 대상자들이 인터뷰 중 사용하는 용어로부터 키포크 문화에서 소박함이라는 특성을 이끌어낼 수 있었다. 15명의 면접 대상자 중

적으로 주목받기 시작했음을 의미한다.” - 1899년 British Food Journal Vol. 1 中

- 11) 1980년 음식평론가 Gael Greene이 New York Magazine에서 처음 사용한 단어로 Gelder(2007)는 패스트푸드와 대량생산된 상품 등을 거부하고 지역 유기농 식품을 구입하면서 일상생활의 진부함과 대중화에 반대하고 스타일을 추구하기에 foodie 역시 하위문화의 한 종류라고 보았다. Foodie들은 맛있는 음식을 찾아다니며 특정한 음식이나 셰프, 레스토랑을 숭배하기도 한다.

3명을 제외하고 각 면접 대상자는 적게는 1회에서 많게는 17회까지 “소박”이라는 단어로 키포크 문화를 설명하거나 이에 대한 자신의 생각을 드러냈다. 다음 표는 면접 대상자들이 인터뷰에서 소박함을 이야기한 예시와 횟수를 정리한 것이다.

면접 대상자	소박함 관련 발화 예시	‘소박’ 언급 횟수
1	“소소함이나 소박함에 행복을 느끼는”	1회
2	“소박하다고 볼 수 있는 이미지를 우리 나라에서 실현하기 위해 노력”	17회
3	“편하고 소박하고, 화려하고 비싸보이는 것이 아니라”	12회
4	“큰 돈 안 들이고 소박하게 하는 거잖아요”	3회
5	“느리고 상업적인 것처럼 보이지 않고 깔끔하고 소박한 걸 지향하고”	5회
6	-	-
7	“일상적으로 소박함을 추구하는 것”	2회
8	“소비 문화나 화려한 것보다는 담백하고 소박한 것들”	3회
9	“소박하고 자연으로 돌아가고”	3회
10	“슬로우 라이프라든지 소박한 삶”	6회
11	-	-
12	“자연에 기반하고 느리며 소박한 행복을 추구하는 삶”	4회
13	“거칠어지지 않고 소박한 문화”	1회
14	“소형의 것을 나누는 소박한 문화”	5회
15	-	-

표 1 면접 대상자들의 소박함 언급 내용

한국어판 <키포크>에서 소박함으로 표현된 단어들은 영문판 <키포크>에서 simple(1호, 2호, 3호, 6호, 9호), low-key(7호), minimal(8호), unobtrusive(10호) 등으로 나타난다. 또한 신문 기사에서 키포크를 표현한 단어들을 찾아보면 ruggedness(The American Conservative, 2013), pared-back, rustic, humble(NYT, 2014),

undertone, unfussy(The Guardian, 2015) 등을 발견할 수 있다. 이로부터 키포크 문화의 주요 속성을 소박함이라고 정의하고 소박함을 중심으로 연구를 진행하려 한다.

소박함에 대한 학술적 정의는 일괄적으로 이뤄지지 않았으며 그 동안 소박함에 대한 연구는 김형기(1998)의 브레히트의 소박함에 대한 논문을 찾아볼 수 있다. 김형기는 후기 브레히트의 생산자예술(Produzentenkunst)을 이해하는 데 있어 소박함과 변증법이 주요한 양대 범주라 보고 Knopf가 브레히트의 소박함에 대해 내린 해석을 소개한다. Knopf에 따르면 “단순성은 미학적 방식을 가리키고, 소박성은 이 ‘단순성’을 즐길 줄 아는 가능한 새로운 관객자세를 가리킨다.”¹²⁾ 이렇게 소박한 예술은 관객의 자세한 관찰과 개입을 가능하게 하기 때문에 생산과 소비, 예술과 삶이라는 분류를 오갈 수 있게 한다. 이는 Goldhanh(1977)이 브레히트의 소박성을 통해 생산성과 향락을 결합시킬 수 있다¹³⁾고 한 것과 같은 맥락이다. 소박함은 있는 그대로의 단순함이나 자연주의가 아니라 가공을 통해 정제된 미이고 생산과 소비를 매개하는 미를 뜻한다.

작가이자 농부인 웬델 베리(Wendell Berry, 2004, 2011)는 거대 문명에 반대하고 소박한 삶을 지향하며 지속가능한 농업과 생태적인 삶에 대해 이야기해왔다. 웬델 베리에 대해 김진영(2010)은 지역생태에 대한 새로운 인식, 노동윤리, 지역 공동체의 회복을 중심으로 문학 생태학(literary ecology)의 관점에서 생태비평을 시도했다. 이외에도 김원중(2014), 전득주(2013), 이영현(2013) 등이 웬델 베리의 글에 대해 생태비평을 한 바 있다. 더불어 헨리 데이비드 소로우(Henry David Thoreau)가 『월든(Walden)』에서 이야기하고 있는 자연 속의 소박한 삶에 대해서도 주목해볼 필요가 있다. 이와 관련해서는 소로우의 윤리의식에 대한 연구(이혜영·정현철, 2012; 임수현, 2012)가 이

12) 김형기, 1998, 「후기 브레히트의 연극미학적 범주로서의 ‘소박함’」, 『한국 연극학』 11권 1호, 92쪽.

13) 김형기, 1998, 90쪽.

뤄졌으며 생태주의에 대한 연구(한기옥, 1998; 윤희수, 2001; 강규한, 2003)도 이어졌다. 또한 최근에는 피에르 라비(2013)가 ‘자발적인 소박함(voluntary simplicity)’이라는 용어를 사용한 바 있다.¹⁴⁾ 한국에서는 윤구병(2008)이 자연과 조화를 이루는 소박한 공동체의 삶에 대해 이야기하기도 했다.

소박함에 대한 연구 중 흥미로운 지점은 그 동안 소박함은 자연과 연관되며 탈정치적인 것으로 이해돼 온 반면(노춘기, 2013) 최근에는 풀뿌리 평화운동 등에서 볼 수 있듯 정치적인 것과 소박한 것이 연관(양영철, 2009)되는 모습을 보인다는 것이다. 딕 파운드·데이비드 로빈스(2003)은 반문화에 대해 “자신들이 자본주의의 풍요로움에서 배제되지는 않았지만, 평등하고 ‘진정한’ 무엇을 위해 그 풍요로움을 선택적으로 거절하는 행위”라고 보고 있기도 하다. 소박한 것은 창조적이고(존 레인, 2003) 특별한 행복을 가져다 주며(듀안 엘진, 1999; 정재은, 2014) 건강한 삶을 보장(이종임, 2004; 헬렌 니어링, 2001)해주기도 하는 지향해야 할 삶의 양식으로 대표되고 있는 것이다(레기네 슈나이더, 2002; 임세근, 2009; 세실 앤드류스·완다 우르반스카, 2014; 필립 한든, 2004; 변현단, 2011).

본 연구는 소박한 삶 그 자체에 대해 분석하기보다 키포크 문화에서 인식되는 소박함의 양상을 살펴보려는 것으로 위의 논의들을 바탕으로 미디어와 소비, 대안적 삶의 방식의 문제를 결합해 다루게 될 것이다. 이 연구에서 주요 개념으로 사용되는 소박함은 키포크 문화에서 미적 취향, 관계, 생활 정치적 대안의 원리로서의 소박함이며 삶의 방식의 양태이다. 본 연구에서는 소박함을 키포크 문화의 핵심 기표이자 이상적인 형태로 바라보고자 한다.

14) “이제는 소박함의 힘에 기반을 둔 문명의 정책을 도입해야 할 때 (...) 이 자유로운 선택의 길은 하나의 정치적 행위이자, 진보라는 미명 하에 인간을 소외시키고 지구를 파괴하는 모든 것에 대한 저항 행위” (라비 2013:6-7)

② 열망

열망(aspiration)은 인생의 목적에 대한 감정과 실천을 의미하며 주로 사회심리학에서 개인의 열망과 인생의 성과 등을 분석하는 데 있어 주요 개념으로 다뤄져왔다. Kasser&Ryan(1993)은 열망을 내재열망과 외재 열망으로 구분하였다. 내재열망은 자아성장, 소속감, 공동체 기여, 신체적 건강에 대한 것이고, 외재열망은 경제적 성공, 이미지, 명성에 대한 것이다. 열망의 정도와 열망의 종류에 따라 개인은 같은 환경에서도 다른 결과를 낳는다.

열망의 개념을 보다 명확하게 하기 위해 비슷한 용어들과 비교해볼 필요가 있다. 김홍중(2006:117-124)은 욕망, 소망, 희망의 개념을 구분하며 욕망은 대상의 전유 혹은 소유에 목적을 두고 욕망 그 자신이 주체가 되는 반면, 소망과 희망은 주체의 행복 자체를 바란다고 보았다. 그러나 소망은 “자꾸만 가까운 미래에 도래할 현실을 이미지로 만들어 보여주고자(2003:122)”하고 희망은 엄격하게 “거짓 구원, 거짓 소망, 거짓 미래에 대한 모든 망상들을 준별하고 그것들에 대한 비판적 폭력을 행사(2003:124)”한다. 본 연구에서는 소망과 희망보다 능동적인 의미로 주체의 행복을 위한, 인생의 목적에 대한 감정과 실천이라는 의미로 열망을 규정한다.

본 연구에서는 소박함이라는 가치를 취향, 관계, 생활 정치의 양태로 보고 인생에 있어서 소박함이라는 목적을 바라보고 실천해나간다는 의미에서의 열망으로 키포크 문화를 분석하고자 한다.

2) 이론적 틀

① 취향과 정체성의 정치

취향을 통해 개인의 정체성이 형성된다는 이론적 틀은 키포크 문화에서 미적 취향이 개인적으로 그리고 사회적으로 어떠한 의미를 갖는지

분석하는 데 사용된다. 취향과 문화에 대한 대표적인 사회학적 연구는 부르디외(1978)의 〈구별짓기〉이다. 부르디외적인 분석은 행위자들의 행동양식을 분석하거나 취향과 계급 간의 상관 관계 등을 살펴보는 데 유용하나 환경과 아비투스의 영향력을 강조함으로써 특정한 구조적 압력 하에서 개인이 자발적이고 적극적으로 선택하게 되는 취향과 그것의 정치적 가능성에 대해 살펴보기에는 한계가 존재한다.

따라서 본 연구에서는 대안적 취향을 통해 주류 문화에 비판을 가하는 반문화(counter-culture)에 대한 Hebdige(1979)의 논의와 사회운동론의 lifestyle movement 논의¹⁵⁾를 이론적 자원으로 삼고자 한다. 반문화의 저항성과 종속에 대한 연구들은 “취향은 대안적이다”라는 논리와 “취향은 (문화산업에 포섭돼) 대안적일 수 없다”는 논리의 갈등을 보여준다. 반문화(counter-culture)의 저항과 갈등을 보여주는 연구로는 19세기의 파리의 보헤미안과 댄디, 30년대 블루스 음악, 쿨재즈, 로큰롤, 비트, 1960년대의 펑크, 힙합, 최근의 힙스터 문화 등에 대해 부르주아 물질주의와 대중 문화에 대한 반발로 등장한 반문화의 계보 분석을 들 수 있다. 그러나 주류 문화에 저항하려는 하위 문화의 노력에도 불구하고 이들은 상업화의 물결 속에 손쉽게 주류 문화에 편입되었다. 단순히 이윤을 추구하고 저급한 문화를 찍어내는 것으로 여겨졌던 대중 문화는 하위 문화의 스타일과 취향을 가지고 진정성을 추구한다(조지프 히스, 2006).

또한 사회운동론에서 시민 운동의 의제가 다양화되고 참여 주체와 운동의 양상 또한 문화적인 모습을 띠게 되었음을 고려하면서, 키포크 문화가 놓여있는 정치와 문화의 교차 지점을 분석하는 것 역시 키포크 문화의 단면을 보여주는 데 유용할 것으로 보인다. 1960년대 이전의 사회운동 이론들은 집합적 행동들에 대해 심리적으로 비정상인 상태로 설명하기도 했다(LeBon 1895). 이후에는 개인의 합리적인 선택을 강조하거나(Olson 1965) 사회운동을 전통적인 조직에 비교하고, 운동에 선행하는 사회적 네트워크들이 사회운동의 성공에 주요한 역할을 한다

15) 이하 사회운동론에 대한 이론적 논의는 Karl(2013), pp. 12-25 참고.

는 자원동원론(Goldberg 1991)이 나타났다. 이들은 느슨한 네트워크들을 간과한다거나 분노라는 감정만을 그룹 형성을 위한 주요 요소로 본다는 점에서 한계를 지적 받았다(Beuchler 2000). 반면 정치과정론(Political Process Theory)은 동맹자의 범위, 국가의 억압성, 엘리트 간 분화의 정도(Tilly 1978)를 분석하며 정치적 기회에 주목했지만 조직과 자원에 주목하고 문화적 이데올로기적 요소를 보지 않는다(Snow 2004).

이후 맑스적인 운동에서 더 나아가 문화, 이데올로기, 젠더, 섹슈얼리티, 인종의 문제를 다루는 신사회운동론(New Social Movement)은 일시적이고 느슨한 조직과 집합적 정체성의 중요성을 강조한다(Taylor and Whittier 1992). 이 때 집합적 정체성이란 공통의 이해관계, 경험, 유대감을 가진 사람들 사이에서 만들어지며 보다 큰 공동체에 대한 개인의 인식적, 윤리적, 감정적 연결이자 상상적인 관계 (Polletta and Jasper 2001)이다. 신사회운동론은 신사회운동 역시 여전히 'old' 사회운동의 전략에 기대고 있다는 점을 간과한다는 비판을 받아왔다.

이에 Haenfler(2012)는 Lifestyle Movements(LM)을 제시하기도 한다. 사회운동론을 장악한 분쟁정치(Contentious Politics) 모델은 운동 조직, 공공 집회, 정치적 행위에만 초점을 맞추었지만 LM은 사적인 행위와 운동 참여, 사적인 것과 사회 변화, 사적인 정체성과 공동체의 정체성 사이의 교차점에 주목한다는 것이다. LM은 삶의 방식을 사회 변화를 불러일으키는 주요 수단으로 사용한다. Bennett(2006)의 경우에는 '라이프스타일 정치'라는 용어로 정치적 커뮤니케이션이 개인의 소비 생활, 자아에 대한 이미지와 전시 등의 라이프스타일과 깊숙히 연관돼 있음을 분석한 바 있다. Sharma(2012)은 독일의 빌헬름 시대에 자연주의 운동에 대한 분석을 통해 자연주의 운동이 옷과 식품, 생활 방식에 있어서 자연적인 요소를 강조했고 토지 개혁에서 정치적 담론을 만드는 데 영향을 끼쳤음을 밝혔다. Kahl(2013)의 경우는 단순한 삶 운동(voluntary simplicity movement)이 개인과 조직의 정체

성을 형성하는 방식을 살펴보기도 했다. 한국에서는 신윤숙(2013)이 한국의 슬로우 운동(slow movement)의 잠재 역량과 자원을 분석한 바 있다.

② 생존주의

생존주의는 키포크 문화가 지향하는 미적 가치가 나타나게 된 사회적 배경을 설명하는 데 주요한 이론 틀로 사용된다. 생존주의는 기근, 전염병, 전쟁 등의 불안정 상태로 인해 물질적, 물리적 안정을 강조하는 태도를 의미한다. 이러한 생존주의에서는 자아의 표현보다는 재정적 안정을 중시되며 개인이나 단체가 사회적, 정치적 질서의 비상 사태에 항상 대비한다(Stack, Steven et al, 2010).

김홍중(2009)은 IMF 외환위기 이후의 한국 사회에서 생존이 “사회적으로 합의된 삶의 목적(telos)”으로 작용한다고 본다. 이 때의 생존주의란 “경쟁상황에서, 다양한 퍼포먼스를 통해 자신의 수월성을 증명함으로써, 패배와 그 결과 주어지는 사회적 배제로부터 스스로를 구제하는 것을 최우선의 과제로 믿는 마음(김홍중, 2015:186)”이다.

역사적으로 한국 사회에서 전쟁과 빈곤 등 더욱 극한의, 생존을 위협하는 상황들이 존재했고, 인적 자원 개발을 운운하며 경쟁을 토대로 한국가의 발전이 강조되었던 것을 고려한다면 한국 사회에서 생존이라는 개념 자체는 새롭지 않다. 그럼에도 생존주의에 주목하는 것은 생존이 “조직된 주의가 될 때, 지향된 가치가 될 때, 집합적 마음의 짜임의 원리가 될 때(2015:206)”이다. 생존주의에서 이야기하는 마음은 개별적이라기보다는 집합심리로 행위자들의 삶에 “공통의 ‘문제/과제’가 출현하여, 이 ‘문제/과제’를 해결하기 위해 자신들의 행위능력을 새로운 방향으로 정향할 실제적 필요성이 제기되었기 때문(2015:188)”에 이에 적응하며 형성된 것이다. 즉 집합심리에 주목하는 것은 행위자들이 특정한 구조적 압력에 직결되는 방식으로 영향을 받는 것이 아니라 구조적 압력을 행위자가 “사건화”하고 “문제화”하면서 만들어진 “문제공간”에

서 영향을 받는다고 보기 때문이다.

이러한 생존주의에서는 생존이 극한의 상황에서 목숨을 구하거나 커다란 성공을 얻음으로써 경쟁 체제에서 벗어나는 것을 의미하기보다는 평범한 안정을 위해 경쟁 상황에 지속적으로 참여할 수 있는 것을 의미한다.¹⁶⁾ 이를 위해 행위자들은 자신의 모든 역량을 자본으로 전환시켜 스스로를 (사회적 통제 내에서) 차별화시켜야한다.

더불어 김홍중은 허시먼(2005)의 논의를 빌려 생존주의적 행위 공간이 충성, 항의, 이탈의 유형으로 분화된다고 본다. 독존주의와 공존주의는 항의의 유형에, 탈존주의는 이탈의 유형에 속한다. 독존주의는 “생존주의와 일정한 거리를 두고, 개인화된 자율적 삶을 확보하고자 하는 마음/가짐”을 의미하고, 공존주의는 “생존주의적 삶의 형식의 시대적 전횡에 문제제기하면서 다양한 형태의 집합적 라이프스타일을 대안으로 모색”하며, 탈존주의는 비참한 세계로부터 사라지는 것을 꿈꾼다.

③ 후기 근대의 공동체

킨포크 모임을 평가하는 데 있어서 후기 근대의 공동체 논의 역시 중요하다. 고정된 것이 유동적으로 변하는 후기 근대에서 공동체의 재발견이 이뤄지기 때문이다. 지그문트 바우만은 새로운 공동체의 모습을 짐 보관소 공동체와 카니발 공동체로 본다. 그는 이러한 공동체에 대해 “잠시 존재하는 하나의 행사로서, 구경거리들은 개인의 관심사들을 ‘집단적 이해’와 뒤섞지 않는다. (...) 구경거리들이 무거운/고체의/하드웨

16) 오디션 프로그램의 경쟁 방식을 보면 이번 회의 승자는 영원한 승자가 아니라 다음 회에 참여할 수 있는 자격을 얻는다. 또한 최후의 승자 역시 보다 넓은 사회에서 경쟁할 수 있는 자산을 얻는 것으로 경쟁이 일단락된다. 요리 서바이벌 프로그램인 마스터셰프 코리아 우승자들은 3억원의 상금을 받는다. 시즌1의 우승자의 경우 이 상금으로 제주도에 자기 식당을 차렸고 시즌2의 우승자는 기존의 실패한 사업 빚을 갚았다고 한다. 생존 사회에서 자신이 하고 싶은 ‘소박한’ 일을 하고자 치러야 하는 대가는 10라운드 이상의 경쟁 과정에서 동료를 떨어뜨리고 끝까지 살아남는 것이다.

어 근대 시기의 ‘공동의 명분’을 대신하게 되었다(2009:317)”고 이야기한 바 있다.

또한 스콧 래쉬가 말하는 성찰적 공동체에 대한 논의 역시 주목할 만하다. 그는 성찰적 공동체에 대해 이야기하며 성찰적 공동체는 이익결사 형태의 압력집단이 아니라는 점, 태생적이지 않으며 개인이 스스로 선택한다는 점, 전통적 공동체보다 공동체를 끊임없이 재창조한다는 점 등을 특징으로 꼽는다. 그 중 취향공동체는 키포크 모임 분석에 있어서 유용한 개념으로 “똑같은 신문을 읽거나 똑같은 드라마를 시청하는 사람들은 단지 상상적인 공동체를 공유할 뿐”이지만 “공동체라는 사실성을 취하고 있는 취향공동체에 속한다는 것은 공유된 의미, 관행, 의무 등을 요구한다(2010:230)”.

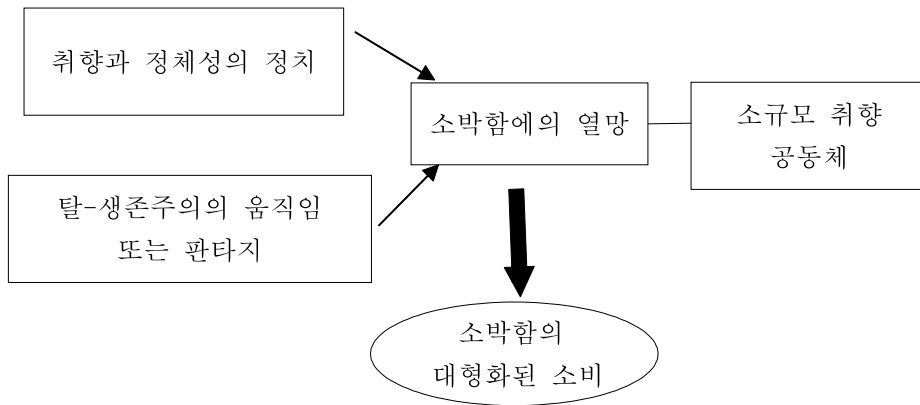


그림 1 이론적 틀

본 연구에서는 소박함이라는 키포크적 삶의 양식이 선택적인 취향을 통해 개인의 정체성을 형성하고 대안적인 문화를 제시하려는 모습을 보임을 분석한다. 이러한 키포크 문화는 소박함이라는 미적 가치의 추구를 통해 한국 사회에서 생존주의라는 지배적 마음의 레짐에서 벗어나고자 하는 노력이다. 또한 키포크 문화는 취향을 공유하는 소규모 공동체를 바탕으로 하며 보다 큰 사회와의 조화를 낙관한다. 이후 키포크 문화가 대형화되면서 소박함은 미학화된 이미지로만 남고, 생존주의를 존속시

키는 힘으로 작용하며, 소규모 취향 공동체와 SNS 등에서 공유되면서 그 자체로 만족감을 제공하며 공공성을 대체한다.

4. 연구 대상과 연구 방법

1) 연구 대상

본 연구의 연구 대상은 1) 〈킨포크〉 잡지 한국어판 텍스트와 사진 2) 한국의 공식/비공식 키포크 모임 3) 키포크 문화에 대한 기사와 SNS상의 언급 4) 〈킨포크〉 잡지 기획, 모임 참여, 개별적으로 잡지 구매 등 키포크 문화와 연관을 맺고 있는 이들 등이다.

2011년부터 미국 오리건 주 포클랜드에서 발행된 〈킨포크〉 잡지는 계절별로 현재 15호까지 출간되었다. 한국에서는 2013년부터 요리법을 중심으로 다룬 단행본 〈킨포크 테이블〉, 계간지 〈킨포크〉가 번역돼 3개의 출판사(〈킨포크 테이블〉 월북 출판사, 〈킨포크〉 1-7권: 책읽는 수요일 출판사, 〈킨포크〉 8-16권: 이음 출판사)에서 출간되었다. 한국어판은 본래의 잡지에서 내용, 디자인 등의 수정 없이 번역만 이뤄진 잡지이며, 2015년 현재 대형 서점과 온라인 등을 통해 14,500원(영문판의 경우 \$24)에 판매되고 있다. 본 연구에서는 〈킨포크〉 잡지 한국어판에 한정해 연구를 진행하고자 한다. 〈킨포크〉 잡지는 각 호마다 테마를 가지고 15호까지 발행되면서 조금씩 변화되는 모습을 보이고 있는데 1호부터 5호까지는 음식 레시피와 음식을 중심으로 한 모임에 중점을 맞춘 데 비해, 6호부터는 다루는 테마의 범주를 넓혀 소박하고 여유로운 삶 전반에 대해서 다루기 시작했다. 각 잡지의 발행일과 주요 내용은 다음과 같다.

한국어판 발행일		부제	테마
2013.12.15	킨포크 테이블 1	함께 밥 먹기	브루클린, 코펜하겐
2013.12.30	킨포크 테이블 2	스타일은 부엌에서 시작된다	잉글랜드, 포틀랜드
2014.04.26	킨포크 1	A Guide for Small Gatherings	-
2014.04.25	킨포크 2	A Guide for Small Gatherings	가을과 겨울의 모임
2014.04.25	킨포크 3	A Guide for Small Gatherings	일상
2014.04.25	킨포크 4	A Guide for Small Gatherings	여름
2014.04.26	킨포크 5	A Guide for Small Gatherings	가을
2014.08.14	킨포크 6	작고 새로운 발견의 나날들	12월
2014.04.26	킨포크 7	작고 새로운 발견의 나날들	아이스크림
2014.08.18	킨포크 8	작고 새로운 발견의 나날들	일본
2014.10.30	킨포크 9	작고 새로운 발견의 나날들	주말
2015.01.20	킨포크 10	작고 새로운 발견의 나날들	나이
2014.06.10	킨포크 11	작고 새로운 발견의 나날들	집
2014.06.26	킨포크 12	작고 새로운 발견의 나날들	바다
2014.09.05	킨포크 13	작고 새로운 발견의 나날들	불완전
2014.11.25	킨포크 14	작고 새로운 발견의 나날들	겨울
2015.03.03	킨포크 15	작고 새로운 발견의 나날들	기업가
2015.06.01	킨포크 16	작고 새로운 발견의 나날들	에센셜리스 트

표 2 <킨포크>의 발행일과 내용

본 연구에서 집중하고자 하는 잡지의 텍스트로는 각 호의 테마에 맞는 에세이와 관련인의 인터뷰 등이 있으며 사진 자료의 특징 역시 함께 분석될 것이다.

또한 킨포크 미국 본사는 영국, 프랑스, 노르웨이, 독일, 스페인, 네덜란드, 벨기에, 뉴질랜드, 호주, 터키, 일본, 중국 등 전세계 도시에서 킨포크 공식 모임을 진행하고 있다. 발간되는 잡지의 테마에 맞춰 동일한 이름을 가지고 전세계 도시에서 연 2회 모임을 개최한다. 한국에서는 2013년 9월 28일 킨포크 워크샵이 열려 한국의 발효 음식을 다뤘

으며, 2013년 12월 21일에는 <킨포크 테이블>의 한국어판 발간과 함께 킨포크 모임이 이태원에서 ‘시간을 나누는 가장 낭만적인 방법: 함께 밥먹기’라는 이름으로 참가자들이 모여 레시피와 요리를 공유했다. 2014년 5월 17일 삼청동에서 ‘바다의 정신’, 2014년 10월 11일 성수동에서 ‘어질러진 식탁: 와비사비(투박하고 불완전하며 검소함)의 나날들’ 모임, 2015년 5월 15일에는 신사동에서 ‘느리게 살기’라는 킨포크 모임이 열렸다.

본사에서 연결돼있는 킨포크 공식 행사뿐 아니라 사람들이 자체적으로 모이는 킨포크 비공식 행사도 열린다. ‘킨포크 서울’(www.facebook.com/KinfolkSeoul)이라는 비공식 모임은 한강공원에서 모임을 갖기도 했으며 몇몇 카페에서는 비공식적인 킨포크 쿠킹 워크숍을 열기도 한다.

한국에서 킨포크라는 단어가 자리 잡기까지는 각종 기사와 SNS상의 언급들이 주요한 역할을 맡았다. 포털 사이트 네이버에서 ‘킨포크’ 단어로 검색된 기사와 칼럼(2012년 11월 2일~2015년 6월 23일), 트위터의 트윗(2012년 5월 2일~2015년 6월 22일), 인스타그램의 사진들이 본 연구 대상에 해당한다.

마지막으로 본 연구는 킨포크 문화와 연관을 맺고 있는 사람들과의 인터뷰 내용을 연구 대상으로 삼는다. 인터뷰 대상자는 1) <킨포크> 잡지를 기획, 번역, 홍보하는 일에 종사하고 있는 자 2) 킨포크 공식/비공식 모임을 기획했거나 이에 참여한 자 3) <킨포크> 잡지를 구독하거나 구매한 경험이 있는 자 4) SNS를 통해 킨포크에 대한 자신의 의견과 감정을 피력한 자 등이다. 이들 중 심층면접 희망자를 모집하여 킨포크 문화에 대해 가지고 있는 생각과 감정에 대한 질문과 응답을 통해 1시간 가량의 면접을 진행했으며, 직업, 성별, 연령, 킨포크 문화와 연관성별 인터뷰 대상자는 다음과 같다.

이름	직업	성별	연령	킨포크와 연관
1	대학원생	남	20대 후반	킨포크 모임 주관
2	음식 평론가	남	40대 초반	SNS 언급
3	갤러리 운영자	여	40대 초반	〈킨포크〉 잡지 번역
4	카페 운영자	여	30대 초반	킨포크 모임 주관
5	디자이너	여	20대 후반	SNS 언급
6	디자이너	여	30대 초반	킨포크 모임 참여
7	방송국 PD	여	20대 후반	〈킨포크〉 잡지 구매
8	디자이너	여	20대 후반	〈킨포크〉 잡지 구매
9	번역가	여	40대 초반	킨포크 관련 책 번역
10	대기업 회사원	남	30대 초반	〈킨포크〉 잡지 구매
11	이벤트 플래너	여	20대 후반	킨포크 모임 참여
12	편집자	여	40대 초반	〈킨포크〉 잡지 출판
13	편집자	여	30대 후반	킨포크 관련 책 편집
14	서점 운영자	남	30대 중반	초기 키포크 영문판 판매
15	심리상담사	여	40대 중반	〈킨포크〉 잡지 구매

표 3 면담자의 인구적 특성

〈킨포크〉 잡지 출판/배포 관련인에게 연락을 취해 면접을 요청했고, 키포크 공식/비공식 모임 관련인에게 온라인 연락처를 통해 면접을 부탁하고 지인을 소개 받기도 했다. 면접의 주요 질문은 크게 〈킨포크〉 잡지 자체, 한국의 키포크 문화, 본인의 일과 키포크 문화, 본인의 가치관과 키포크 문화와 관련된 내용으로 구성되었다. 〈킨포크〉 잡지 자체에 대한 부분에서는 〈킨포크〉 잡지를 어떻게 접하게 되었고, 어떠한 인상을 가졌는지, 〈킨포크〉 잡지의 핵심과 다른 잡지들과 차별화되는 지점이 무엇이라고 생각하는지 등의 질문을 던졌다. 한국의 키포크 문화 질문 부분은 그 파급력의 정도와 파급 이유에 대한 질문, 미국 포틀랜드와 한국 키포크 문화의 차이점에 대한 질문, 키포크 모임의 공동체 모델의 가능성에 대한 질문 등을 중심으로 구성했다. 본인의 일과 키포크 문화의 연관성 부분에서는 〈킨포크〉 잡지/행사를 기획/홍보할 때 염두에 두는 고객층과 이미지, 바람 등을 질문했으며, 본인의 가치관과

킨포크 문화에서는 현재의 삶과 사회에 대한 불만과 삶의 궁극적인 꿈에 대해 질문했다.

2) 연구 방법

먼저 텍스트 분석으로는 〈킨포크〉 잡지 내의 글을 분석을 통해 키포크 정신에 대해 분석한다. 더불어 〈킨포크〉 잡지 내의 사진에 대해 분류하고 특성을 살펴본다. 〈킨포크〉 잡지 사진이 전하는 느낌을 분석하고자 색상, 명도, 채도 중 채도(물체 표면의 색깔의 강도를 동일한 밝기-명도의 무채색으로부터의 거리로 나타낸 시지감각의 속성¹⁷⁾)를 중심으로 사진을 분류했다. 이는 Find MonoPixel 프로그램¹⁸⁾을 사용하

17) 박연선, 『색채용어사전』, 국립국어원, 도서출판 예림, 2007.

18) Find MonoPixel 프로그램은 적색, 녹색, 청색에 의해 색을 정의하는 하나의 방식인 RGB 모델에서 RGB의 비율이 20 이하인 부분을 보여준다. 무채색(검은색, 흰색, 회색)의 경우에는 RGB의 비율이 동일한 모노픽셀이다. R:G:B=0:0:0일 경우 검은색, R:G:B=255:255:255이면 흰색이며 RGB의 범위가 20 이하일 경우에는 무채색에 가까운 채도를 가진다고 할 수 있다. Find MonoPixel 프로그램은 흑백 사진의 경우 사진 전체를 빨간색으로, 채도가 낮은 부분의 경우 노란색으로 표시한다. 아래 사진들은 그 예이다.



그림 2 흰색 위주의 밝은 계열 사진

여 전체 사진에서 20% 이하의 채도가 대부분 영역을 차지하고 있는 사진들을 분류하였다.

다음으로 키포크 문화를 둘러싼 사회적 담론에 대해 살펴보기 위해 SNS상의 관련 글과 기사를 통해 대상을 분석한다. 키포크 문화와 밀접하게 연관되어 있는 인스타그램의 경우에는 [iconosquare.com](https://www.iconosquare.com) 프로그램¹⁹⁾을, 상대적으로 적은 수의 자료를 보여주는 트위터와 기사, 칼럼의 경우에는 전수 조사를 실시했다.

기사의 담론 분석으로는 페어클로의 비판적 담론 분석(Critical Discourse Analysis)²⁰⁾의 분석 틀을 따른다. 서덕희(2003)는 신문

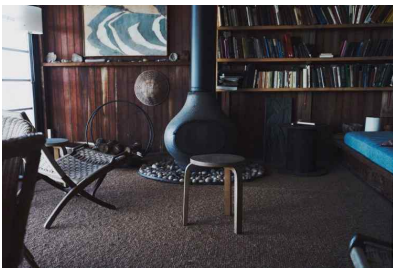


그림 3 검은색 위주의 어두운 계열 사진



그림 4 채도가 높은 사진



그림 5 채도가 낮은 사진

19) iconosquare는 개인의 인스타그램 계정을 통해 사용자가 올린 글과 댓글의 추이, 자신은 팔로우했거나 다시 자신을 팔로우하지 않는 사용자 수, 자신과 가장 활발히 연관을 맺고 있는 사용자 등을 제공한다. 또한 특정 키워드에 따른 해시태그 수와 이용자들을 정리해 보여준다.

20) 담론분석은 푸코를 중심으로 이뤄졌으나 “언어학 내의 담론분석이 보여주는 세밀한 분석방법을 결여하여 언어가 사회를 구체적으로 어떠한 방식으로 구성

기사 담론 분석을 페어클로의 비판적 담론 분석 틀에 따라 텍스트적 실천 분석, 담론적 실천 분석, 사회적 실천 분석 세 가지의 차원에서 시행한 바 있다. 텍스트적 실천 분석은 ‘어휘’, ‘문법’, ‘결합(cohesion)’, ‘텍스트 구조’를 중심으로, 담론적 실천 분석은 담론의 유형, 장르, 문체 등이 어떻게 텍스트를 생산하고 해석하는 데 작용하는지 중심으로, 사회적 실천 분석은 텍스트적 실천이 담론적 실천을 통해 어떻게 현존하는 체계모니를 재구성하는지를 중심으로 분석하는 것이다. 본 연구에서는 기사와 SNS의 텍스트들을 분석하고, 이들을 담론 유형별로 나눈 뒤 어떠한 담론이 생산되었는지, 또한 이 담론들이 현실과 어떻게 연관을 맺고 기존의 체계모니를 재구성하는지 살펴볼 것이다. II장 1. 3) 키포크족의 배경 부분에서는 텍스트 분석을 통해 키포크 관련 기사에서 힙스터 단어와 얼마나 연관성을 가지는지 결합(cohesion)을 중심으로 분석했다. II장 2. 2) 키포크 담론의 구성 부분에서는 담론적 분석을 통해 키포크 문화 관련 담론이 힐링으로서의 음식 문화, 불거리, 지향해야 할 삶의 양식 등으로 나타나고 있음을 분석했다. 또한 사회적 담론 분석을 통해서 III장 4 부분의 탈-생존주의로서의 소박함 부분과 V장 2부분의 소박함의 대형화 부분을 분석함으로써 탈-생존주의로서의 소박한 키포크 문화가 어떻게 사회적으로 의미를 생산하고 변형되었는지 살펴보고자 하였다.

이러한 자료 수집 내용을 바탕으로 키포크 관계자들의 생각과 감정, 수집 내용의 의미 등을 보다 깊게 이해하기 위해 심층 면접 조사를 수행하였다. 연구 대상자들과의 심층 면접은 이들이 경험한 키포크 문화와 그 경험이 자신에게 갖는 의미에 대한 질문과 답변으로 진행되었다. 키포크 문화를 접하게 된 경로, 본인이 키포크 문화에 대해 가지는 생각과 감정, 본인과 키포크 문화 사이의 연관성과 괴리, 개인적인 삶의 목표 등이 주요 질문으로 구성되었다. 구체적인 질적 연구 분석 방법으로는 마이클 부라보이의 사례확장방법(원재연, 2010)과 심층해석방법

하는지를 분석할 수 없다(서덕희, 2003: 61)”는 한계 의식을 보완하기 위해 페어클로와 반 다익(van Dijk)이 비판적 담론 분석을 통해 체계화된 접근을 시도했다.

(이희영, 2011)을 활용한다. 사례확장방법은 과학이라는 기본 개념을 전제하면서도 실증주의의 한계를 지적하며 미시와 거시의 통합을 지향한다는 점에서 경험적 연구에서 보다 심층적인 분석을 기대할 수 있게 한다. 심층해석방법의 경우 기존의 이론과 현장의 이원화된 분리를 극복하고자 하는 방법론으로 타자에 대한 공감과 인간의 내밀한 경험에 대한 이해를 바탕으로 새로운 이론을 생산해내고자 한다.

II. 키포크 문화의 발생

1. 키포크 문화의 수입

1) 포틀랜드의 키포크 문화

〈키포크〉 잡지는 미국 오레곤 주의 포틀랜드를 바탕으로 탄생했다. 〈키포크〉 잡지에서 보여주는 친환경적이고 단순하며 소박한 문화들은 포틀랜드 도시의 특성을 바탕으로 하고 있기에 이에 대해 살펴볼 필요가 있다.

포틀랜드는 미국 오레곤 주에서 가장 큰 도시로 약 60만명의 인구(2010년 집계 기준 583,776명, 2014년 기대 거주자 619,360명)가 거주하는 곳으로 미국 내에서 거주자 순위 28위에 해당한다²¹⁾. 인종별로는 백인이 대다수(2010년 기준 81.3%)를 차지하며 흑인과 아프리카 아메리칸이 7.9%로 다른 인종의 비율이 낮은 편이다²²⁾.

포틀랜드는 “Keep Portland Weird”²³⁾라는 슬로건을 내걸고 있는데 이 도시는 친환경 도시, 자유주의적 정치 선호와 직접 참여, 인디 음악의 발달, 각종 기업의 본사가 위치한 곳 등으로 유명하다. 걷는 사람을 위한 도로와 자전거와 대중교통으로 도시 곳곳을 다닐 수 있는 시스템, 카셰어링의 발달 등은 포틀랜드의 도시 정책으로도 뒷받침된다. 1973년에 자전거 도시 계획과 위원회(Bicycle Advisory Committee)를 세우고 현재는 375.8km 면적의 도시에서 150마일(약 240km)의 자전거 도로가 설치돼 있다(TRN 6.01 Bicycle Master Plan²⁴⁾). 이는

21) “Annual Estimates of the Resident Population for Incorporated Places of 50,000 or More”, United States Census Bureau. Retrieved 2015.06.25.

22) “Race Alone or in Combination, for States, Puerto Rico, and Places of 100,000 or More Population: 2000”, U.S. Census Bureau, Census 2000 Brief, C2KBR/01-1, March 2001.

23) <http://www.keepportlandweird.com>

1994년부터 100% 재생가능한 전기 발전 정책, 유해물질 감소 정책, 지구 온난화 대책 등을 통해 Green City를 지향하고자 하는 포틀랜드의 도시 정책²⁵⁾과도 맞물린다.

정치적 지형을 살펴보다도 포틀랜드는 특이한 위치에 자리잡고 있는데 1964년부터 2012년까지 13번의 대통령 선거에서 포틀랜드 지역은 모두 민주당 출신의 대통령 후보를 지지해왔다. 이는 오레곤 주의 대부분 지역이 공화당 대통령 후보를 지지하고 있다는 점과 대비되는 것으로 포틀랜드의 특이한 정치적 지형을 보여준다. 아래의 지도 그림²⁶⁾은 왼쪽 상단부터 차례대로 1964년, 1968년, 1976년, 1984년, 1992년, 1996년, 2004년, 2012년의 대선에서 오레곤 주의 각 지역이 어느 당의 대통령 후보를 지지했는지 보여주는 것으로 나머지 지역은 시기에 따라 다양한 지지 양태를 보였음에도 서북쪽에 있는 포틀랜드 지역은 지속적으로 민주당 후보를 지지해왔음을 알 수 있다. (하단 오른쪽 지도에서 원으로 표시된 지역이 포틀랜드가 위치한 지역이다.)

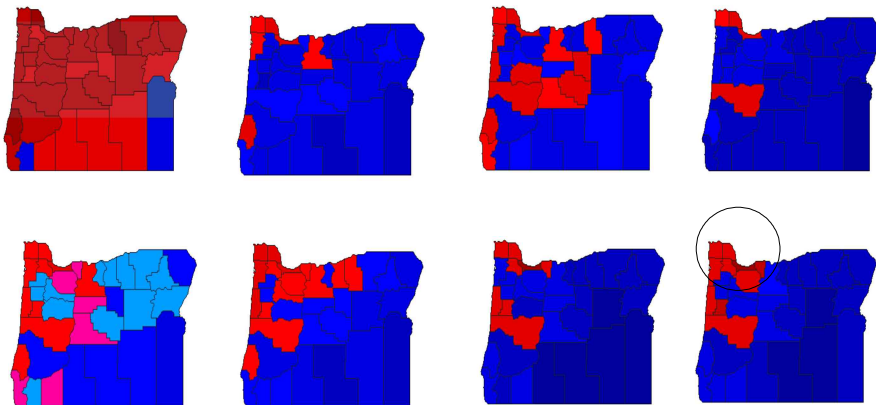


그림 6 오레곤 주의 대선 후보지지 추이

24) "Bicycle Master Plan", Resolution No. 35515, Office of Transportation, City of Portland, 1998.

25) "2015 Sustainable City Government Principles and 2030 Environmental Performance Objectives", Resolution No. 37121, Portland City Council, April 2015.

26) <http://uselectionatlas.org/RESULTS/>의 지도 그림 참고. 전통적으로

또한 포틀랜드는 미국 내에서 유일하게 시민들이 직접 도시 계획 위원회(Metro)를 선출하고 이 위원회가 용지 사용, 대중교통 이용, 쓰레기 처리 등을 관리한다.

한편 포틀랜드는 핑크의 성지 또는 인디락의 메카로 불리기도 한다. 이는 매년 벌어지는 여러 뮤직 페스티벌의 규모와 종류를 보더라도 확인할 수 있다. Chamber Music Northwest Summer Festival, Good in the Hood Multicultural Music & Food Festival & Parade, Quiet Music Festival, Portland Jazz Festival, Pickathon Roots Music Festival, Portland's Waterfront Blues Festival, MusicfestNW, Edgefield Concerts on the Lawn, Oregon Zoo Summer Concerts 등이 현재 포틀랜드에서 벌어지는 페스티벌들이다.

50년대까지 철강 산업이 도시의 주요 산업이었던 포틀랜드는 90년대부터 나이키, 아디다스 등의 스포츠 용품 회사와 아날로그 감성으로 유명한 라이카와 같은 카메라 회사, 인텔과 같은 컴퓨터 회사 등이 들어서면서 “Silicon Forest”로 불리는 등 창의력을 중시되는 산업들이 도시를 대표하게 되었다. 90년대에는 포틀랜드에서 재개발이 한참 진행되기도 했는데, 현재 포틀랜드의 Pearl 지역은 과거 창고였던 곳을 예술가들이 개조해 독특한 분위기로 탈바꿈시킨 곳이기도 하다. 또한 Ace Hotel의 경우는 창조적인 계급(creative class)을 고객층으로 염두에 두고 만들게 된 호텔로 포틀랜드에 본사를 두고 있다.

더불어 포틀랜드의 음식 문화 역시 〈킨포크〉 잡지의 탄생에 영향을 주었는데 많은 커피와 맥주 소비량이 이를 뒷받침한다. 포틀랜드에 존재하는 많은 수의 로컬 맥주 양조장과 카페 덕분에 맥주와 커피의 접근성이 좋으며²⁷⁾ Portland International Beerfest 등의 행사가 개최되고 있기도 하고, 미국고급커피협회(SCAA)의 평가에서 80점 이상

공화당이 빨간색, 민주당이 파랑색으로 대표되었으나 이 그림에서는 반대로 공화당이 파랑색, 민주당이 빨간색으로 표시되어있다. 각 지역이 특정 당 후보를 지지하는 비율이 높을수록 진한 색으로 표시되어있다.

27) 랩, 브릿지, 2014, 『트루 포틀랜드』, 박수현 옮김, 터닝 포인트.

을 받은 스페셜티 커피 중 하나인 스템프타운(Stumptown) 커피의 본고장이기도 하다.

포틀랜드의 독특함은 Richard(2002)가 기술 지수, 인재 지수, 관용 지수를 통해 미국 각 지역의 창의성 지수를 매긴 표를 통해서도 알 수 있다.

창의성 지수 순위	지역	기술 지수 ²⁸⁾	인재 지수 ²⁹⁾	관용 지수 ³⁰⁾
1	오스틴	1	3	7
2	샌프란시스코	3	5	6
3	시애틀	6	6	1
5	보스턴	12	4	3
6	롤리-더햄	2	2	20
7	포틀랜드	4	19	2
10	미니애폴리스	16	9	4

표 4 미국 지역별 창의성 지수 R. Florida, *The Rise of the Creative Class* (New York: Basic Books, 2002). 22p.

포틀랜드의 이러한 특색들은 〈킨포크〉의 “독창적인 아이디어와 자기만의 소박하면서도 주체적인 생활 방식, 그리고 친환경과 자연³¹⁾”을 중시하는 태도와 맞닿아있다. 〈킨포크〉의 공동 창립자인 케이티 윌리엄스는 사람들 간 분위기와 창조적인 작업들, 자연과 어울어짐 등을 〈킨포크〉 잡지가 포틀랜드 도시로부터 받은 영향력으로 들었다³²⁾. 뉴욕과

28) 기술 지수는 미국 특허청에 등록된 일인당 특허 수(혁신지수)와 하이테크산업 생산액 비율(하이테크혁신지수)의 합산 지수로 매겨진다.

29) 인재 지수는 창조계급에 속한 사람의 비율(창조계급)과 대졸 이상 학력자의 비율(인간자본지수)의 합산 지수로 매겨진다.

30) 관용 지수는 동성애자 부부의 비율(게이지수)과 문화예술분야 종사 인구 비율(보헤미안지수)과 외국인 등록자수 비율(도가니지수)의 합산 지수로 매겨진다.

31) “고전 토론... 와인 제조... 이 대학 특별한 매력 있다”, 〈주간동아〉 965호, 2014.12.01.

32) “Portland has been a great place for us to be in our formative years. The people are genuinely friendly and intuitively value community. We are constantly inspired by the works and talents

같은 대도시였다면 키포크 문화가 보여주는 작은 모임이 발달하기 어려웠을 것이며 자연친화적인 모습이 대표적으로 나타나기도 힘들었을 것이다. 포틀랜드는 백인 위주의 사회이지만 진보적인 정치 지형을 가지고 있다는 점에서 키포크 문화의 자유로움에 영향을 주었고, 인디 음악과 각종 창조 산업의 발달로 창의적인 도시로 자리 잡았기에 대학을 갓 졸업한 젊은이들이 〈키포크〉 잡지를 만들고 회사로 키워나갈 수 있는 배경을 제공했다.

2) 한국으로의 키포크 문화 수입

〈키포크〉 잡지는 개별적으로 그리고 독립출판물 책방을 중심으로 한국에 수입되기 시작했다. 키포크가 언급되기 시작한 초기(2012년 상반기)의 트위터 글들을 보면 잡지 구매자들은 개별적으로 외국 사이트에서 잡지를 주문하거나 한국의 독립출판물 책방들을 통해서 잡지를 구매했음을 알 수 있다. 다음의 표는 트위터의 글들과 기사 등에서 나타난 〈키포크〉 잡지 판매 책방들을 재구성해 정리한 것이다.

이름	위치	판매물	특징
yourmind	서울 서교동	독립출판물	서점, 전시, 워크숍 진행
뽕스북스	서울 서교동	책	서점, 카페, 전시, 세미나 진행
네타스마켓	서울 동교동	먹거리	직접 고른 식재료들을 이용해 다양한 먹거리를 파는 시장. 파티, 소규모 공연, 전시, 쿠킹클래스

that are in the city. The city has a lot of greenery: trees, plants, grass.” Katie Williams Special Interview for Diesel Art Gallery Exhibition “Kinfolk : The Shared Table featuring Carissa Gallo and Laura Dart”, 2014.

(
<http://www.diesel.co.jp/art/en/kinfolk-the-shared-table-featuring-carissa-gallo-laura-dart/>)

storage book&film	서울 용산동	독립출판물, 필름카메라, 음반, 문구류	서점, 전시, 워크샵 진행
Ym	서울 체부동	도서, 의류, 생활용품	서점, 카페
책방이곳	서울 송정동	독립출판물	서점
달팽이책방	포항 효자동	독립출판물, 음반, 문구류, 소품	서점, 홍차전문점, 콘서트
10x10	온라인/ 서울 동승동	의류, 생활용품, 레저용품, 음식, 도서, 음반, 티켓	디자인소품 판매
29cm	온라인	의류, 생활용품, 레저용품, 음식, 도서, 음반, 티켓	국내외 다양한 브랜드 소개 편집샵

표 5 〈킨포크〉 잡지 판매 책방

한국어판 〈킨포크〉 잡지가 발행(2013.12.15. 『킨포크 테이블』 발행)되기 전 해외 웹진 등을 통해 〈킨포크〉 잡지를 알게 된 개인들은 개별적으로 아마존 등을 통해 잡지를 구입했다. 독립출판물을 주로 판매하는 소규모 책방들에서는 〈킨포크〉 잡지를 본사에서 직접 구입한 뒤 판매하기도 했다.

〈킨포크〉를 판매했던/하고 있는 책방들의 특징을 보면 단순히 서점으로 기능하기보다는 각종 문화 행사가 열리는 복합 공간으로 기능하고 있음을 알 수 있다. 책방들의 판매 용품은 단순히 출판물에 그치지 않고 카메라, 음반, 의류, 생활용품 등을 아우른다. 더불어 책을 소개하는 전시와 워크샵을 비롯해서 관련된 문화 공연, 워크샵을 진행하고 있기도 하다. Yourmind의 경우에는 “정형화된 시스템이 아닌 자신만의 통로로 스스로 출판되어지는 책들을 만나고 동시에 그 문화의 일원이 되는 자유로운 형태의 공간”³³⁾이라고 공간을 소개하고 있으며 땡스북스는 “홍대앞을 좋아하는 사람들과 함께 동네 사랑방 역할을 하며 동네 사람들과 함께 성장한다는 목표”³⁴⁾를 가지고 있다고 말한다. 홍대, 이태원,

33) <http://yourmind-bookshop.com/about>

34) <http://thanksbooks.com/in/index.php/about/>

서촌 등 젊은이들이 모이는 공간들에 자리를 잡고 대중 매체에서 흔히 다뤄지지 않는 독립출판물과 문화를 소개하는 역할을 하고 있는 것이다.

3) 키포크족의 배경: 힙스터, 디자이너 그리고 주부

본 연구 키포크 관련 행사에 참여하거나, 개별적으로 잡지를 구매하고 키포크식 라이프스타일을 지향하거나, SNS 등을 통해 사진을 게재하고 의견을 표명하는 이들을 키포크족(族)³⁵⁾이라는 단어로 명명하고자 한다. 초기 키포크 문화에 대한 평가는 전형적인 ‘힙스터(hipster)’의 문화를 보여준다는 것이었다. 먼저 기사와 트위터에서 〈키포크〉잡지를 언급하며 ‘힙스터’를 연관시키는 사례들을 찾아볼 수 있다. 다음의 표는 각 나라의 기사에서 키포크와 힙스터가 연관돼 제시된 경우를 중요도 및 관련도에 따라 선별한 것이다.

날짜	신문(나라)	제목	힙스터 관련 내용
2012 .10. 23	Charleston City Paper (미국)	Kinfolk pops up in Charleston	(...), which means <u>Charleston has some major hipster status.</u>
2012 .11. 27	The Boston Globe (미국)	The unstyled look of hipster food magazines	Take the last issue of Kinfolk (...) a dream come true for <u>the hipster outdoorsman.</u>
2013 .11. 26	The American Conservative (미국)	Where Wendell Berry Meets Martha Stewart	Kinfolk may seem overly romantic. (...) <u>the bohemianism and hipster touches</u> may be repellent to some.

35) 영어로 Kinfolk라는 단어 자체가 족(族)의 의미를 포함하고 있으나, 키포크는 잡지 그 자체, 잡지의 이미지 또는 소박하고 자연스러운 것을 지향하는 하나의 현상을 대표하는 단어로 인식되기에 다시 키포크를 지향하는 사람들을 일컬어 키포크족이라고 명명한다. 각종 기사와 블로그 등에서도 키포크족을 “낮선 사람과 함께 음식을 나눠먹고 여유와 소박함을 즐기는 사람들”로 명명하고 있다.

2013 .12. 12	LA Times (미국)	14 holiday gifts for your favorite hipster foodies	"The Kinfolk Table": It will inspire a <u>hipster dinner party</u> for the ages.
2014 .04. 25	NYT (미국)	Better Homes and <u>Hipsters</u>	Kinfolk Magazine, the Martha Stewart Living of the Portland Set
2014 .05. 15	UK GQ (영국)	<u>Top up your hipster food credentials with a copy of Kinfolk</u>	Portland, Oregon (also known as the <u>hipster capital</u> of the muesli belt)
2013 .04. 09.	L'express Styles (프랑스)	Mes bonnes adresses à Bruxelles	Sur une étagère, on pouvait feuilleter Kinfolk, <u>le magazine culte des hipsters américains</u> , aux photos si somptueuses que même moi ça me donne envie de communier avec la nature.
2014 .10. 28	L'express Styles (프랑스)	L'interview de maman: Mimi Thorisson, blogueuse et auteure culinaire	On est loin de la cuisine gluten free des branchés et de <u>l'esthétique hipster de Kinfolk.</u>
2013 .12. 02	Die Welt (독일)	Nun ist Landlust auch in <u>Amerika</u> <u>wieder hip</u>	Das Lifestylemagazin "Kinfolk" ist erfolgreich, s e i n e Leser-Blatt-Bindung fast schon religiös.
2015 .04. 14	Die Welt (독일)	<u>Neuer Hipster-Trend</u> ist unerträglich selbstegefällig	Foto: Abb. aus dem Buch "The Kinfolk Table"
2015 .05. 20	Tagblatt (독일)	Die Kernfamilie ist überfordert	<u>Kinfolk - eine Hipster-Kommune, eine Lifestyle-Sekte</u> -

			bekocht sich in Fabrikhallen auf höchstem Niveau.
2014 .12. 09	The Australian (호주)	Dealing with dietary requirements at Christmas	They can always eat veggie food but <u>the hipster fish-eater</u> in your company would probably prefer something endorsed by a Scandinavian. So how about Copenhagen chef Steve Momsen's recipe for grilled salmon with romesco sauce and fennel crudites from <u>The Kinfolk Table</u> ?
2015 .05. 22	The Diplomat (trans-Asia)	Build your own Bangkok: An Artist Turned Amateur Anthropologist	<u>An American hipster aesthetic has really spread through Bangkok like wildfire - Kinfolk magazine</u> , minimalist-industrial decor, fixed gear bikes and potted plants
2014 .07. 15	ESSEN (한국)	힙스터 문화는 우리의 식탁을 풍요롭게 만드는가?	직접 농사 지으며 자연 속에서 살아가는 심플하고 건강한 삶, 그리고 그것을 (힙한) 이웃들과 나누는 라이프 자체는 전 세계인들에게 매우 '힙'하게 소비되어 전 세계 힙스터들의 바이블이 되었다.
2015 .01. 21	매일경제 (한국)	멸종위기에서 끌려온 생물체...힙스터에 대한 보고서	<u><킨포크> 속 슬로우 라이프 스타일을 지향하며(...)</u> 자신이 기른 채소로 직접 음식을 해먹거나 채식주의자에 대한 막연한 동경을 품으며, SPA 브랜드보단 빈티지 스토어나 공정무역 물품을 구매한다.
2015	월간중앙	서울 토박이 동네	이른바 유행을 쫓는 '힙스터'

.05. 17	(한국)	25년 굴곡사 - 우리들의 청춘이 머문 자리 '서촌'	(hipster)'와 느린 삶을 지 향하는 '킨포크(kinfolk)'족 이 모이기 시작한 것이다.
------------	------	-------------------------------------	--

표 6 나라별 힙스터와 킨포크 언급 기사

2012년 이후로 미국, 영국, 프랑스, 독일, 호주 등에서 킨포크 문화와 힙스터를 연관시켜 이야기하고 있는 기사들을 발견할 수 있다. 킨포크 문화는 “보헤미안”, “미국식 힙스터”, “북유럽” 등의 용어와 함께 라이프스타일의 하나로 묘사되고 있다. 또한 ‘킨포크 문화를 즐기면 당신도 힙스터’라는 식의 문장이 반복적으로 나타나고 있음을 알 수 있다. 미국 남부 인구 약 12만의 작은 도시 찰스턴은 킨포크 모임을 주최한 뒤 “찰스턴이 힙스터 지위를 가지게 됐다”라고 평하고 있으며 “『킨포크 테이블』은 힙스터 저녁 식사에 대한 영감을 일으킬 것”이라는 문장도 찾아볼 수 있다.

그렇다면 이들이 이야기하고 있는 힙스터는 누구를 지칭하는가? 마크 그리프(2011)는 힙스터에 대해 “리처드 로이드가 시카고의 위커파크에 관해 쓴 민족지³⁶⁾에서 ‘네오 보헤미아’라고 명명한 문화와 ‘인디’ 혹은 ‘인디록’이라는 이름의 1990년대 문화로부터 시작”한 “술집이나 커피숍, 록클럽에서 일하던 아티스트들의 문화”³⁷⁾라고 보고 있다. 그는 힙스터에 대해 “백인 중하류 계층”, “혼성화(pastiche) 양식을 [완벽한 기술을 통해] 급진적으로 미학화”하는 예술 문화 계층, “최첨단 소비자” 혹은 “저항적 소비자(Frank, Thomas, 1998)”로 정의하고 있다. 여기에서 힙스터 문화의 백인성은 단순히 인종이나 민족성을 지칭하는 것이라기 보다는 교외에 거주하는 백인 중하류 계층의 본능적이고 저항적인 성향을 지칭하는 것으로 볼 수 있다(경우에 따라 흑인이 백인성을 대표할 수도 있다). 두 번째 정의인 예술성은 힙스터 논의에서 중시되는데, 힙

36) Lloyd, Richard (2010). *Neo-Bohemia: Art and Commerce in the Postindustrial City*. 2nd ed. New York: Routledge.

37) N+1, 2011, 『힙스터에 주의하라』, 최세희 옮김, 마티.

스터들이 창의적인 직업군에 종사한다는 점에서 그들의 예술성에 주목할 필요가 있다. 그리프는 그들의 미학에 대해 “성인들의 세상과 유아기적 세상”을 급진적으로, 그러나 완벽한 기술로 세련되게 교체시키는 혼성화 양식이라고 보고 있다.

마지막으로 소비자라는 정의는 힙스터 집단을 기존 반문화/하위문화와 구분시키는 한편 논란의 대상으로 만들기도 한다. 그들은 예술가가 아니라 고급 취향을 중시하고 이를 바탕으로 대다수의 사람들이 사지 않거나 살 수 없는 물품을 소비한다는 것이다. 이를 후기 산업사회의 발전된 소비의 일부로 볼 것인지, 저항적인 소비의 모습으로 볼 것인지 논쟁이 존재한다. 전자는 소비자의 뚜렷한 취향을 바탕으로 다품종 소량생산을 하는 후기 산업사회의 모습이며, 후자는 특정한 취향을 통해 물건을 선택함으로써 더 좋은 사회를 만들 수 있다고 믿는 저항적인 소비의 모습이다. 이는 힙스터 문화는 “구별 짓기에 예민한 중산층의 소비문화”와 “첨단 자본주의 세대의 새로운 하위문화”³⁸⁾라는 규정 사이에 존재한다는 평과도 맥락을 같이 한다. 또한 ‘힙스터 집단은 고급 취향의 소비자’라는 규정에서 더 나아가 힙스터가 새로운 비즈니스 모델을 보여준다고 보기도 한다. 힙스터는 “히피의 윤리와 여피의 소비 선호, 공동체적 태도와 자본가의 실천(practice)을 섞는다.”³⁹⁾ 그리하여 탄생하게 되는 것은 작은 사업가이다. 이들은 착하고 재미있는 사업을 지향하며 사회적으로 의식 있으면서도 고객들을 끌어모을 수 있는 유행 물품을 만들어낸다. 그들은 기업과 보헤미아, 옛 고용 모델과 새로운 모델의 구분을 오고 간다.

그러나 최근의 힙스터 논의에서는 이러한 역사적 배경이나 백인, 예술성, 소비자 등에 대한 고려보다는 최신 스타일 자체를 통해 힙스터를 지칭하는 경향도 나타난다. 아래의 단어와 문장들은 힙스터들의 전형적인 스타일을 묘사하고 있다.

38) “멸종위기에서 끌려온 생물체...힙스터에 대한 보고서”, 〈매일경제〉, 2015.01.21.

39) Brown, Elizabeth (2014), In praise of hipster sellouts, *Colorado Springs Independent*, November 26.

느슨하게 땀은 머리에, 니트 모자, 무명 스커트, 편안한 플란넬 천을 두르고, 정원 야채들로 꾸며진 많은 음식들의 식사에 대해 이야기하고, 강의 깊은 웅덩이로 뛰어들고 소풍바구니를 단 빈티지 자전거를 타고 샛길을 느긋하게 거니는 등 자연적인 활동을 한다.⁴⁰⁾

인디 음악, 거장 감독의 영화와 B급 영화, 오래된 책, 뿔테 안경과 수염, 타투 (...) 유기농 음식, 슈퍼 곡물, 크래프트 비어, (...) 소규모 브루어리의 커피, 홈메이드 피클, (...) ‘집밥’이 힙하다.⁴¹⁾

힙스터들의 스타일은 계속해서 변하나 2010년대 중반 기사들이 이야기하고 있는 힙스터들의 모습은 〈킨포크〉 잡지에서 보여주는 이미지와 크게 닮아있다. 오래된 책과 빈티지 자전거를 좋아하는 등 아날로그적이고, 소규모를 지향하며 친환경적이다. 더불어 음식 문화에 대한 관심을 발견할 수 있는데 정원 야채, 크래프트 비어, 유기농 음식, 홈메이드 피클 등 직접 만드는 건강한 음식이 중시된다. 즉, 키포크 문화는 2010년대 중반 힙스터의 단면을 보여주는 문화인 것이다.

한국의 경우도 키포크 문화와 힙스터가 함께 언급되고 있는데 〈킨포크〉 잡지가 발간되고 난 이후 힙스터 문화의 대명사로 키포크 생활이 주목받은 것이다. 트위터의 트윗들을 살펴보다라도 키포크 검색어에 대해 “키포크적 힙스터”(2014.01.21), “힙스터 기운”(2014.03.31.), “힙돌힙순이”(2014.07.08), “힙스터가 보는 잡지”(2014.07.09), “키포크의 소박한(?) 힙스터 레시피”(2014.07.11), “한국 힙스터”(2014.07.16), “힙스터 아이템”(2014.07.22), “키포크 힙스터”(2014.07.31) 등의 결과를 찾아볼 수 있었다.

40) Murphy, Tim (2014), Better Homes and Hipsters, *The New York Times*, April 25.

41) “힙스터 문화는 우리의 식탁을 풍요롭게 만드는가?”, 〈ESSEN〉, 2015.07.15.

그렇다면 한국의 키포크 문화 역시 힙스터의 문화라고 그대로 적용해 바라볼 수 있을 것인가? 면접 대상자 13의 경우에는 한국에서는 힙스터 문화가 생길 수 없다고 이야기했다.

제가 봤을 때 힙스터는 돈과 (...) 돈이 안 되는 창작 능력이 있어야 된다고 생각하거든요. 미국에서 (...) 부잣집 아들 딸내미들이 그냥 할 일 없으니까 한 거예요. 대학교 졸업하고 취업 안 하고 그냥 그런 놀이 문화예요. 그렇기 때문에 고급스럽고 보기 좋은 거예요. 물론 진짜 가난한 이들도 있어요. (...) 우리나라의 경우는 부자인 청년이 거의 없잖아요. 진짜 부자인 청년들은 지금 2, 30대면 이미 가정을 꾸리고 이미 청춘이라고 하지 않고 하나의 가정을 이룬. 분리가 돼버리는 거죠. (...) 창작을 할 2,30대 애들이 부모의 길을 따라가거나 아니면 아예 사회와 단절된 거죠. 돈이 없으니까.⁴²⁾

그는 외국의 사례를 들어 일본의 경우 ‘정해진 길을 벗어난 젊은이’들에게 대기업이 개인 사업을 할 수 있도록 지원을 해주는 데 비해 한국은 젊은이들의 문화가 꽃피우기 어렵다고 본다.

제 주변에 있는 애들은 지방에서 올라와서 홍대, 집에서 도움을 안 주니까 창작 활동을 하고 싶어도 한번 망하면 그냥 끝인 거예요. 다 망했죠. 시도를 안 한 건 아닌데. 망하고 나서 회복이 안 돼요. [다시 기존 질서로] 못 들어가죠. (...) 우리나라에선 롤모델이라고 했을 때 생각 나는 사람이 이효리잖아요. 이건 말이 안 되죠. 몇백억대 부자인 이효리가 왜 키포크 문화의 롤모델이나. 그것 자체가 넌센스인 거죠.

이는 정해진 길에서 경쟁에 대한 강조에서 벗어난 것이기도 하다. 면접 대상자 13은 소위 ‘힙스터 문화’가 나타나기 위해서는 젊은이들의 ‘헛짓’이 필요한데 “어렸을 때부터 경쟁이 너무 익숙해서 헛짓을 안 하는” 것

42) 이하 밑줄 강조는 연구자.

이라고 이야기하기도 한다. 경제적으로 부유한 청년들은 결혼해서 가정을 꾸리고 안정적인 길을 따라가거나 취미 생활과 일을 분리시켜 즐긴다. 반면 ‘헛짓’을 하는 청년들은 대부분 실패를 하고, 실패 이후에는 기존 질서로 들어가 경쟁할 수 없다. ‘헛짓’은 몇백억대의 부자인 연예인에게나 가능한 일이다.

한국의 키포크 문화의 경우 직장 내 디자이너들이 문화의 주요 계층으로 자리 잡았다. 삼성전자 사내도서관에서 〈키포크〉는 대여 1순위 책이 됐고⁴³⁾ 현대카드는 “직원들이 지속적으로 ‘현대카드스러움’을 만들어낼 수 있도록 양질의 콘텐츠를 보유한 정보자료실을 운영”⁴⁴⁾하며 〈키포크〉와 같은 잡지들을 배치해두고 있다. 〈키포크〉잡지의 이미지는 유행의 최첨단에서 ‘삼성전자스러움’과 ‘현대카드스러움’을 유지해야하는 디자이너들에게 영감이 된다. 물론 힙스터라는 규정과 디자이너가 창의성을 공유한다는 점에서 완전히 배치되지는 않는다. 그럼에도 앞서 작은 사업가 모델로 제시된 힙스터와 (신문 기사에 묘사된) 대기업 디자이너 사이에는 차이가 있다.

이후 키포크 문화가 일반인에게 확산되면서 20대에서 40대 여성들이 키포크 문화에서 큰 비중을 차지하게 됐다. 물론 요리, 원예, 집안 가꾸기의 영역은 전통적으로 여성의 영역으로 여겨져온 것으로 그리 새로운 현상으로 보이지는 않는다.

아내와 어머니는 자주 ‘취향’의 전문가, 비육구적 쾌락의 감식가로 여겨진다. 여성과 어린이는 성인 남성에 비해 상대적으로 별 권력을 가지지 않았었기 때문에, 그들의 윤리는 소수자 윤리로서, 가부장제에 의해 승인받은 ‘청교도적’ 공리주의 윤리에 근본적으로 종속되는 것으로 간주되었다.⁴⁵⁾

43) “삼성전자 디자이너들 2014년 큰 관심 분야는 라이프스타일-인문학”, 〈국민일보〉, 2014.07.21.

44) “근무중 자료실 방문은 농땡이? 영감 얻는 시간!”, 〈국민일보〉, 2014.11.03.

45) 캠벨, 콜린, 2010, 『낭만주의 윤리와 근대 소비주의 정신』, 박형신·정현주 옮김, 나남.

낭만주의 윤리와 근대 소비주의 정신에 대해 이야기하는 캠벨은 여성들이 “비욕구적 쾌락”의 영역에서 청교도적 공리주의 윤리에 종속된 취향의 전문가로 인식돼 왔다고 본다. 가부장제의 윤리를 위협하지 않는 선에서 “비욕구적 쾌락”은 집안을 꾸미고 예쁘게 요리하고 온화한 얼굴로 가족들을 대하는 예의를 갖추는 것일 것이다. 여성들은 가정 내의 일들에 대해 고급 취향을 습득하고 실천으로 옮기기를 기대돼 왔던 것이다. 이를 위해서는 예술적 감각과 취향이 필요하지만 이는 정원 밖으로 나가 남성들의 가부장적 취향을 성토했거나 화이트 큐브 안에 들어갈 수 없는 취향이다.

그럼에도 불구하고 현재 ‘가사일’에 환호하는 키포크족들은 이전의 무리와 차별되는 지점을 보여준다. 혹자는 “교육 수준이 높고 진보적인 미국인들 사이에서 생겨나는 심지 깊은 사회적 변화를 알려 주는 신호”⁴⁶⁾라고 평가하기도 한다. 무엇보다 이러한 ‘가사일’이 키포크 문화에서 세련된 취향으로 인정받게 되었다는 점에 주목할 필요가 있다. 요리, 원예, 인테리어, 텃밭 가꾸기 등의 영역에 남성들도 관심을 가지기 시작했다. ‘가사일’은 힐링 문화의 고급 형태로 미디어의 주목을 받기 시작했다. 엄마 세대에게 고되고 힘든 ‘가사일’은 젊은 세대에게는 감성적이며 위안을 주는 문화인 것이다. 더불어 SNS를 통해 자신의 요리, 꽃꽂이, DIY 인테리어 등의 ‘작품’을 공유하면서 자신의 취향을 과시하고 인정 받을 수도 있게 되었다.

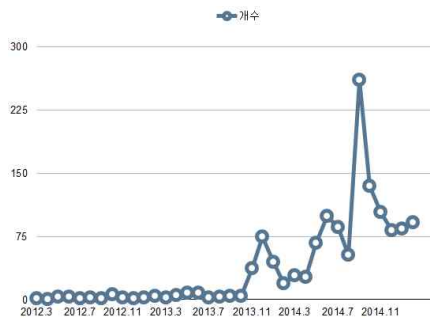
2. 키포크 문화의 확산과 키포크 담론의 구성

1) 키포크 모임의 등장과 미디어의 조명

46) 맷차, 에밀리, 27쪽.

한국어판 〈킨포크〉 잡지가 발행되면서 교보문고, 인터파크, 알라딘, 반디앤루니스 등의 대형 서점에서도 잡지를 구매할 수 있게 되었다. 2014년 4월부터 발행된 〈킨포크〉 잡지 1호는 5월에는 교보문고 종합 베스트셀러 순위에도 오르기도 했다.

한국에서는 2013년부터 미국 키포크 본사와 연결돼 있는 공식 키포크 워크샵과 키포크 모임이 열렸다. 이러한 행사들은 기사화⁴⁷⁾돼 알려졌다. 키포크 공식 행사뿐 아니라 사람들이 SNS를 통해 모여 자체적으로 만남을 가지는 키포크 비공식 행사도 2013년 상반기부터 열려 모임 후기 등이 게재(www.facebook.com/KinfolkSeoul)되기도 했다.



2) 키포크 담론의 구성

키포크 문화가 점차 확산되면서 또는 기존의 대중문화와 맞닿아 이야기 되면서⁴⁹⁾ 생겨난 키포크 문화 관련 담론들에 대해 살펴보고자 한다.

먼저 먹는 것에 대한 관심과 함께 음식 힐링 문화의 일부로 키포크 문화가 다뤄졌다. 힐링은 크게 건강과 소통의 두 가지 측면에서 이야기 된다. 기존의 음식 문화가 고급 음식이나 맛을 중시했다면 힐링으로서의 음식 문화는 맛있는 음식에만 몰두하지 않는다. 키포크 모임을 소개한 기사의 경우 키포크 문화를 “건강한 밥상의 대안”⁵⁰⁾으로 보고 있기도 하다. 직거래 장터에서 재료를 구해와 직접 해먹는 깔끔한 음식은 건강한 식단으로도 이어진다. 또한 함께 나눠먹는 밥이라는 주제는 SNS 등을 통해 모여 함께 식사하는 소셜 다이닝(social dining)에 대한 관심과 맞물린다. 1인 가구의 증가와 바쁜 생활 “과편적으로 존재하는 개인에게 함께 나누는 식사란 삶을 나누는 행위”⁵¹⁾이며, 음식은 “대화를 이어주고, 사람과 사람을 연결하는 특별한 그 무엇”⁵²⁾, “멋진 소통 도구”⁵³⁾, “다른 사람과 힘들이지 않고 어울릴 수 있는 긍정의 말”⁵⁴⁾이다.

또한 음식 문화의 연장선상에서 키포크 문화는 하나의 볼거리로 다뤄졌다. 키포크는 요리사와 그의 요리를 다루는 영화들과 함께 언급되고⁵⁵⁾ 텔레비전의 요리 프로그램들과 연관돼 이야기된다.

49) 한국 사회에서 소박함, 느리고 단순한 삶, 친환경적인 삶에 대한 강조는 키포크 문화에서 시작되었다기보다 90년대 이후부터 존재해왔다고 볼 수 있다. 다만 이것이 대중문화에서 예능의 요소가 되거나 가장 트렌디한 것으로 다뤄지기 시작한 것은 2010년대 이후의 일이며 키포크 문화는 이러한 흐름에 부합한다.

50) 〈한겨레〉, 2013.12.23.

51) “키포크 서울 디너, 음식으로 함께 힐링하다”, 〈채널에스〉, 2013.12.27.

52) “지구 어디서나 ‘집밥’이 최고”, 〈시사인〉, 2014.03.22.

53) “우리를 부르는 요리, 모여라 같이 먹자”, 〈주간동아〉, 2014.10.27.

54) “그림의 떡’이 나를 위로한다”, 〈한겨레21〉, 2012.10.30.

하나의 요리를 만드는 과정은 스펙터클한 서사가 되어 보는 이의 눈을 사로잡는다. 이제 요리 프로그램은 정보성을 넘어선 유려한 이야기며 본능을 자극하는 쇼다. (...) 고르곤졸라치즈 무스를 완성한 두 남자가 주방 뒤로 사라진 이후 다음 요리사가 나타나 새로운 쇼를 열 어줄길 기다릴 뿐이다. (...) 포르노그래피를 보며 성적 대리만족을 느끼듯, 요리를 묘사한 각종 서사를 들여다보며 식욕의 대리만족을 느낀다.⁵⁶⁾

각종 프로그램들은 요리하는 과정과 완성된 음식을 예쁘게 또는 재미있게 포장해 진열한다. 시청자는 본인의 입 안으로 음식이 들어와 그 맛을 느낄 수 없더라도 볼거리를 즐기는 것만으로도 충분하다. 볼거리는 시각적인 만족을 주는 것에 그치지 않고 시청자들의 애착감도 만들어 준다. 누군가 식사하는 이미지를 보며 외로움을 잊도록 한다는 것이다.⁵⁷⁾

마지막으로 키포크 문화는 음식 문화를 넘어 소박한 여유를 중심으로 대중들이 부러워하고 지향하고자 하는 삶의 방식으로 제시되었다. “도시에서 살수록 이렇듯 소소하고도 말랑말랑한 이벤트를 자주 기획”⁵⁸⁾하는 ‘일상 기획자’가 되라는 것이다. 키포크는 제주도로 이주해 소소한 일상을 꾸리고 있는 몇몇 연예인들과 함께 언급되어 평가되기도 했다.⁵⁹⁾ “진정으로 럭셔리한 아이템은 ‘유명 브랜드’가 아니라 ‘평범한 여유’⁶⁰⁾이며 “잘 먹고 잘 쉬는 것, 여기에 더해 친환경적인 삶을 사는 것은 역

55) 2015년 3월 17일 <씨네 21> 키포크 특집 기사들.

56) <한겨레21>, 2012.10.30.

57) “‘식샤를 합시다’-1인 영화관과 콘서트 찾는 싱글들”, <매일경제>, 2014.01.08.

58) “키포크 스타일: 자연주의 푸드 스타일리스트 양은숙”, <여성조선>, 2013.12.27

59) <ize>, 2014.06.18.

60) “다양한 브랜드 써보고 구매 개성 있는 골목길 재발견”, <주간동아>, 2014.11.24.

설적으로 지금 트렌드의 한복판에 있”⁶¹⁾고 아기자기하게 신경 쓰는 “스물 럭셔리’ 소비가 최근 홈패션 전성시대를 이끌고”⁶²⁾ 있다.

61) <ize>, 2014.06.18.

62) “속이 예쁜 우리집”, <매일경제>, 2014.08.01

Ⅲ. 소박한 취향과 삶에 대한 열망

Deresiewicz(2011)는 청년 문화에 대해 그들이 가치 있게 생각하는 감정 또는 정서와 그들이 그리는 사회적 형태를 통해 그 문화를 파악할 수 있다고 본다. 히피족의 경우 사랑과 유토피아적인 공동 생활로, 비트족의 경우 완벽한 순간을 맞이하는 황홀경에 대한 추구하고 개인적인 형태의 초월로, 펑크족의 경우 격분 및 파괴와 허무주의적 무정부상태로, 슬래커족의 경우 무관심과 불안, 그리고 사회적 형태에 대한 상상의 부재⁶³⁾로 그 특징을 정의할 수 있겠다.

그렇다면 키포크족이 보여주는 감정 또는 정서와 그들이 상정하는 사회적 형태는 무엇인가? 3장에서는 키포크족이 생각하는 소박한 취향과 삶에 대해 살펴봄으로써 그들의 감정과 정서를 분석하고 4장에서 이들의 관계와 공동체를 알아보며 그들이 바라는 사회적 형태를 분석해보고자 한다.

3장에서는 소박한 취향과 삶의 모습을 〈키포크〉잡지와 인터뷰 내용을 토대로 분석해보고자 한다. 〈키포크〉잡지 내용과 실제 키포크족들이 누리고 있는 삶의 모습에는 괴리가 존재하기도 한다. 이 부분에서는 키포크 문화의 이념형적(ideal)인 모습을 살펴보기로 하겠다.

1. 소박한 취향

키포크 문화에서 지향하는 가치와 삶의 태도는 어떠한 것인가? 〈키포크〉잡지 소개글을 통해 그들이 이야기하고자 하는 바를 살펴볼 수 있다.

63) Deresiewicz, William (2011), Generation sell, *The New York Times*, November 12.

〈킨포크〉는 소소하고 소박한 즐거움을 추구하는 예술가 40여 명이 의기투합해서 만든 잡지입니다. 형식에 얽매이지 않고 여유를 만끽하는 우리만의 방식을 알리자는 데 뜻을 모아 잡지를 출간하게 되었습니다. 이곳에 실린 글과 사진을 비롯해 모든 아름다운 자료에는 우리가 생각하는 즐거움에 대한 철학이 고스란히 녹아 있습니다. 즐거움이란 소박하고 복잡하지 않으며, 예술적이고 자연스러워야 한다는 생각이 바로 그것입니다. 우리는 친구와 마주앉아 음식을 나누고 차를 마시는 것만으로도 얼마나 삶에 활력이 샘솟는지, 또 얼마나 끈끈하게 관계가 이어지는지 아주 잘 알고 있기 때문입니다.

킨포크 문화에서 반복적으로 제기되는 소박함의 가치를 중심으로 분석해보도록 하겠다.

1) 과함의 절제

이들이 지향하는 소박한 취향에 대해 알아보기 위해 미적 감각의 특성을 살펴보기로 한다. 먼저 소박하다는 것은 절제와 닿아있다. 잡지의 레이아웃과 사진을 중심으로 이를 분석했다. 면접 대상자들은 “사진이 독특한 느낌을 가지고 있고(면접 대상자 6)”, “킨포크 특유의 톤”, “톤다운돼(면접 대상자 8)”, 등으로 키포크 사진에 대한 의견을 밝혔다. 키포크 사진의 특성을 살펴보기 위해 채도를 중심으로 분석했다.

Find MonoPixel은 사진의 채도를 분석하는 프로그램이다. 사진 분석의 경우 선행연구들은 구도의 복잡성과 단순성, 사진 등장 인물의 행위의 정도, 피사체의 중심성과 주변성(김은정, ‘위험’주제 보도사진의 비주얼 텍스트 유형 연구, 한국일러스트레이션학회 학술지 vol. 42, 2015.) 등을 바탕으로 연구돼왔다. 색채의 경우에도 밝은 색과 어두운 색의 구분이 이뤄지고 있다. 본 연구에서 사진의 채도에 집중하고자 한 것은 사진의 전체 색감이 전해주는 느낌이 〈킨포크〉잡지를 규정하는데에 큰 역할을 하고 있기 때문이다. 즉 사진 구도의 문제나 인물과 사물의 상태보다 사진 전체를 지배하는 색감에 대해 분석해보고자 한

다. 무채색은 차분하고 정돈된 느낌을 주며 유채색은 화려하고 자극적인 느낌을 준다. 단순히 밝고 어두운 색의 문제가 아니라 채도의 차이를 보고자 한 것은 같은 흰색 계열이더라도 서로 다른 느낌을 줄 수 있고, 빨강 노랑 파랑색의 경우도 차분한 느낌을 줄 수 있기 때문이다.

낮은 채도를 보여주는 사진의 기준은 Find MonoPixel 프로그램에서 RGB의 비율이 20 이하인 부분(낮은 채도)을 표시하도록 설정하고, 1) 채도가 낮은 부분이 전체 사진의 절반 이상을 차지하고 2) 사진의 주요 대상이 낮은 채도로 구성되어있거나 낮은 채도 배경에 스며들어있는 경우이다. 가장 최근 발행 잡지인 16호의 사진들을 Find MonoPixel 프로그램을 통해 분류한 결과를 아래의 사진으로 제시한다.





그림 8 <킨포크> 16호 중 낮은 채도로 선별된 사진

위의 사진들은 낮은 채도를 보여주는 사진들이고, 아래의 사진들은 낮은 채도 사진으로 선별되지 않은 사진들이다.



그림 9 <킨포크> 16호 중 낮은 채도로 선별되지 않은 사진

다음의 표는 16권의 <킨포크> 잡지에 사용된 사진들에 대해서 위와

동일한 작업을 시행한 결과이다. 키포크 공식 홈페이지에 올라와있는 사진 전체를 사용했으며, 홈페이지에는 실제 잡지에 게재된 사진들 대부분이 업로드돼있으나 일부는 누락돼있다.

	채도 20% 이하 사진 개수	전체 사진 개수	낮은 채도 사진 비율
1호	43	66	0.65
2호	50	92	0.54
3호	65	80	0.81
4호	52	87	0.60
5호	53	81	0.65
6호	55	93	0.59
7호	104	134	0.78
8호	56	91	0.62
9호	61	100	0.61
10호	61	85	0.72
11호	99	132	0.75
12호	45	71	0.63
13호	38	71	0.54
14호	44	63	0.70
15호	43	51	0.84
16호	39	49	0.80
합계	908	1348	0.67

표 7 <키포크> 사진 채도별 분류

전체 결과를 보면 호수에 따라 차이는 있으나(2호 낮은 채도 사진 비율 54%, 15호 낮은 채도 사진 비율 84%) 전반적으로 70%에 가까운 사진들이 낮은 채도를 보여주고 있다. 사진의 일정한 낮은 채도는 과함을 절제시키고 소박한 분위기를 조성하는 데 기여한다.

사진의 낮은 채도는 <키포크> 잡지가 음식 문화를 주로 다룬다는 점에서 더욱 주목할 만한 요소가 된다. 음식 사진의 경우에는 재료의 색을 최대한 살리거나 신선한 느낌을 주어 먹음직스러움을 제공하는 것이 기본이다. 그러나 <키포크> 잡지의 경우에는 “의도적으로 뽀뽀 빨아서 색을 한 번 빼놓은 것 같은 균일한 결과(면접 대상자 2)”를 보여준다.

그림 10의 경우에는 음식 레시피의 참고 사진보다는 정물화에 가깝다. 음식평론가인 먼집 대상자 2의 경우에는 “음식이 갖고 있는 생기”가 사라진 사진 같다고 평하며 이러한 사진에서는 “파머스 마켓에서 유기농 과일 보면 아름다운 색깔이랄지, 막 오븐에서 나온 빵을 사진을 찍는다거나, 다 완성된 스투를 약한 불에서 오래 끓여서 오그라든 것을 사진을 찍으면 생생함 같은 것”과 “음식이 갖고 있는 에너지가 어떤 방식으로든 뚫고 나”오는 매력이 줄어든다고 이야기한다. 음식의 생생함과 먹음직스러움을 포기하면서까지 일관되게 과함을 절제하는 모습을 보인다.



그림 10 정물화와 비슷한 음식 사진의 예

표지의 레이아웃에서도 절제의 미학을 추구하는 킨포크의 모습을 찾아볼 수 있다.



그림 11 <킨포크>와 타잡지 표지 레이아웃 비교

다른 잡지들이 표지를 통해 많은 독자를 끌어오기 위해 최대한 많은 정보를 제공하는 반면 킨포크의 표지는 제목과 부제, 표지 사진만을 보여준다. 이는 표지 이미지가 주는 느낌만을 보고 사람들이 잡지를 선택하게 하며 독자들에게 더 큰 호기심을 불러오기도 한다.

소박함을 표현하는 다양한 영어 단어 중 pared-back은 잘라냄을 의

미한다. 남길 것만 남기자는 것이다. 형식에서 뿐만 아니라 내용에서도 필수적인 것만 남기려는 모습을 볼 수 있다. 특히 키포크 16호는 ‘에센셜리스트(essentialist)’라는 테마를 가지고 꾸며졌다.

에센셜리즘의 핵심은 얼마나 적게 소유하고 살 수 있는지 자문하는 게 아니라, 없으면 살 수 없는 것들을 가려내는 데 있다. (...) 언뜻 기벽처럼 여겨지는 취향이 실은 새심하게 가다듬은 절제일 수도 있다. 좋아 보이는 건 뭐든 가리지 않고 삶에 들여놓는 행동은, 주최자가 초대 손님 목록을 재차 살피지 않아 엉망이 되어버린 디너파티처럼 분별없는 무절제에 불과하다. 자신에게 꼭 필요한 것을 선별해주는 길잡이 역할을 하는 내면의 목소리가 없다면, 삶은 웬만큼 괜찮은 편이지만 결코 최고는 아닌 것들로 그냥저냥 채워질 수도 있다. (...) 이처럼 때로는 이성으로 설명할 수 없는 욕망과 내면의 끌림을 따르다 보면 없어도 되는 군더더기는 사라지고 나만의 묘하고 지저분한 개성이 남는다. 바로 내 본질이다.

즉 소박함은 무조건적인 무소유의 정신이나 있는 그대로의 자연스러움 보다는 물건/개인의 본질을 찾아내고 드러내는 작업을 의미한다. 군더더기와 과함을 제거하고 남는 것이 바로 소박한 본질이다. 이는 창조적인 일(creative work)의 특성 과도 맞닿는다. 창조적인 일에는 사물의 정수만 남기고 군더더기를 잘라내는 작업이 수반된다. 디자인을 하는 것, 글을 쓰는 것 등은 필수적인 것만을 남기는 작업이기도 하다.

2) 애쓰지 않은 멋

키포크족이 보여주는 시각적인 외양에서는 자연스러운 멋이 나타난다. “화려하고 비싸보이는 것이 아니라 편하고 소박하”며 무엇보다 “애쓰지 않은 듯” “꾸미지 않은 듯” “자다 일어나서 온 것 같은(면접 대상자 3)” 스타일을 추구하는 것이 가장 큰 특징이다. 잡지에 등장하는 인물들은 대부분 무채색의 셔츠, 스웨터, 헐렁한 티셔츠, 면으로 된 바지

등을 입고 있으며 자신을 노골적인 방식으로 드러내거나 과시하지 않는다.

또한 한번에 많은 것을 보여주려는 사진이나 일반 사람으로서는 비슷한 사진을 찍으려고 엄두도 못 내게 하는 사진들이 아니라 누구나 마음만 먹으면 따라해볼 수 있는 사진이라는 점에도 주목할 만하다. 키포크 잡지는 주변에서 발견할 수 있는 대상들을 중심으로 사진이 편집되어 있다. 이렇듯 일정한 톤과 편집 스타일을 가진 키포크의 이미지들은 “영국도 가고 스칸디나비아도 가고 온 동네를 가(면접 대상자 2)”도 비슷한 느낌을 제공한다. 아래 그림 12는 ‘자연스럽게’, ‘누구나’ 찍을 수 있는 사진의 예이다. 주말에 침대에 편안히 누워 휴식을 취하는 가족 또는 누워 있는 친구의 발 사진은 일상 속에서 발견할 수 있는 순간을 담은 사진이다.



그림 12 일반인에게 친숙한 사진의 예

이는 이탈리아의 ‘스프레차투라(sprezzatura)’⁶⁴⁾의 태도와 조용한 다. 애쓰거나 신경을 쓴 티를 내지 않는 우아함의 태도를 가리키는 스프레차투라는 노력하지 않는 듯한 자연스러운 모습이지만 한편으로는 매우 의도적이고 작위적이다. 키포크족들이 보이는 스타일에 대해 면접 대상자 3은 아래와 같이 언급한다.

64) 발다사레 카스틸리오네. 1528년 『궁정인(Il cortegiano)』 궁정신하가 갖춰야 하는 태도와 예의범절 규정. “궁정신하는 뭐든지 태연하게 행동하도록 연습함으로써, 예술적 기교를 감추고 말과 행동이 꾸며냈거나 공들여 만든 것이라는 인상을 주지 말아야 한다” - 그림, 로버트(2009:227) 재인용.

오랜 세월에 거쳐 조심스럽게 연출된 룩이에요. 절대 아무렇게나 아니에요. 그들의 옷장을 보면, 이미 그들의 높은 안목으로 선택된 옷들이 있고 그들의 헤어스타일은 자다가 일어나서 나가도 전혀 이상하지 않을 정도로 비싼 헤어컷을 하고 있어요. 그래서 가능한 룩이에요. 티셔츠는 싸구려를 10불짜리를 사서 입지만, 청바지는 비싼 것을 사 입을 수도 있는 거고. 헤어스타일은 되게 비싼 걸 해요. (면접 대상자 3)

즉 스트레차투라는 과시하지 않는 과시인 것이다. 스프레차투라의 스타일을 가진 이들은 “경멸을 포함하며 성공한 자신에 대한 태도”를 과시한다. 이 때의 경멸은 아동바둥 힘겹게 노력해서 성취를 이루는 자들에 대한 경멸이며 성공한 자신에 대한 태도는 어느 순간에도 우아함을 잃지 않는 자신에 대한 만족의 태도이다. 또한 이는 “확대발전한 자아에 대한 공개적 선언”이며 “영원히 자아 속으로 흡수되고 싶은 태도를 의도적으로 과시(딕 파운드, 2003: 68)”하는 것으로 성장과 발전이라는 공통의 순간에도 우아함을 유지한 자아를 공개적으로 알리는 것이다.

과시하지 않는 자연스러움의 모습은 비실용적이고 비상업적인 잡지의 특성과도 조응한다. 40대 번역일을 하는 주부인 면접 대상자 9는 “제가 사는 게 주저주저할 정도의 가격이고 실용적으로 저한테 뭘 가져다주는 책이 아니”라고 이야기한다. “내용이 없는 건 아니지만 이게 직접 나한테 눈에 보이는 먹을 걸 제공해준다든지 실질적인 정보가 나오는 책이 아닌데 2만원을 쓰기에는 좀 걱정”된다는 것이다. 〈킨포크〉 잡지는 요리 레시피와 테이블 세팅 방법 등을 제시하고 있지만 특별한 레시피를 보여주거나 대단한 조언을 전해주지는 않는다는 점에서 실용성이 크지 않은 잡지라고 볼 수 있겠다. 또한 젊은 시절부터 다양한 라이프스타일 잡지를 만들고 접한 면접 대상자 9는 “요리, 육아, 라이프스타일 잡지는 아무리 사진이 예뻐도 이 그릇은 어디 가서 팔고 이 요리는 어떻게 만들고 어디 가서 사고 실용적인 정보가 빠질 수가 없는데 키포크는 그건 알아서 구하라는 느낌을 받았어요. 한번도 캡션에 가격 얼마라든지 어디서 판다든지 본 기억이 없고”라며 키포크의 차별화되는 지점을 지

적했다. 그릇의 가격은 얼마이고 어디에서 구매할 수 있다는 정보는 소박함을 추구하는 키포크 정신의 자연스러움을 방해할 것이다.

더불어 〈키포크〉 잡지가 무광의 뽀뽀한 종이를 사용한다는 점과 인공 조명이 아닌 자연광의 사진을 주로 사용한다는 점은 애쓰지 않은 멋을 연출하는 데에 기여한다.

2. 일상에서 소박함의 실현

1) 일과 취미의 모호한 경계

콜린 캠벨은 근면하고 금욕적인 프로테스탄트 윤리가 자본주의 정신으로 작용했다는 베버의 설명에 보완적인 대안으로 소비를 이끌어간 것은 낭만주의 윤리라는 설명을 제시한다. 개인들은 “직접적 감각에 비해 특권적인 지위를 부여받는 상상에 의해 매개되는 쾌락”을 “연속적으로 경험할 수 있는 방식으로 자신들의 삶을 변화시키고자 하며, 자신들이 지닌 일반적인 몽상능력뿐만 아니라 새로운 것과 신기한 것을 향유할 수 있는 자신의 능력을 즐(캠벨, 2010:361)”기려고 한다. 감성과 상상을 현실화시키거나 이로부터 발생하는 쾌락을 지속하고자 하는 이들은 “성공이나 고결이나, 효용이나 유희나, 일이나 여가나, 안락이나 쾌락이나, ‘세속적인 것’이나 ‘정신적인 것’이나” 하는 것 사이에서 대안을 찾는다. 일을 통해 자신의 생활 기반을 마련하고, 취미 생활을 통해 삶의 쾌락을 얻고자 하는 이들은 일과 취미의 경계를 철저히 나누고 각각의 부분에서 최대의 효용을 구한다.

반면 키포크족들이 가지고 있는 일의 방식 또는 일에 대한 태도는 이와는 구분된다. 먼저 〈키포크〉 잡지에서 소개되고 있는 이들의 일에 대해서 살펴보겠다.

일과 놀이를 양립시키는 법을 완벽히 터득한 듯한 사람들이 있다. 도쿄에서 활동하는 셰프인 쇼이치로 아이바도 그중 하나이다. 그는 식당 두 곳을 운영하는 오너이면서도, 서핑을 하고, 기타를 연주하면서도 가족을 항상 최우선 순위에 올려놓는다. (킨포크 9:66)

도쿄에 있는 아이바씨는 셰프이면서 동시에 서퍼이다. 자신의 식당을 두 곳이나 운영하고 서핑과 기타 연주의 취미 생활을 즐기면서도 주말은 가족들과 보내는 시간으로 비워둔다. 이에 대해 〈킨포크〉 잡지는 (이것이 평범하지 않고, 쉽지 않은 일임을 인지한 상태에서) 놀라움을 표하면서 아이바씨를 “일과 놀이를 양립시키는 법을 완벽히 터득한” 사람이라고 평가한다.

킨포크 12호에서는 ‘즐거운 여름 일자리’라는 제목으로 “시원한 바람에 머리칼을 나부끼면서 동시에 돈도 벌 수 있는 직업”들을 소개하고 있다. 캠프 카운슬러, 안전요원, 서핑보드 대여소 직원, 공원 경비, 종묘회사 유기농 농부, 레코드 가게 직원, 밴드 투어콘서트에서 기념품 판매 직원, 가수 지망생, 이동식 음식 가판대/아이스바 트럭 주인, 오리배 대여 직원, 개 산책인(킨포크 12:58-59) 등이 그러한 예이다. “동심으로 돌아가고 싶다면 카니발, 해변 산책로, 놀이공원에서” 일을 할 수 있으며 “배고픈 예술가라면 아이들의 캐리커처나 우스꽝스러운 인물화 그리기로 돈을 벌 수 있”고, “요리를 좋아하는 사람은 운이 좋으면 초콜릿 공장에 들어갈 수도 있고 아니면 하루 종일 솜사탕 만드는 일을 할 수도 있다(킨포크 12:58)”. 이 “재미있는” 일들을 통해서 킨포크족들은 일과 여가를 동시에 추구할 수 있는 것이다.

킨포크 문화에서 볼 수 있는 창의적인 사람들은 일과 놀이라는 이분법적 선택으로부터 자유로우며 이 자유를 적극적으로 옹호한다. 예를 들어 킨포크 11호에서는 성공적인 재택근무에 대해 이야기한다.

일과 놀이 사이의 경계가 모호해지더라도 스트레스를 받지 말고, 거기에 적응하자. 따지고 보면 둘 사이에는 큰 차이가 없으며, 굳이 구분할 필요도 없다. 아무것도 성취하지 못하는 인생에 무슨 의미가 있

겠으며, 아무리 많은 성취를 해도 즐기지 못하면 무슨 소용이 있을까? (킨포크 11:112)

그들은 성공과 고결을, 효용과 유희를, 일과 여가를, 안락과 쾌락을, 세속적인 것과 정신적인 것을 동시에 추구할 수 있으며 또한 일상 속에서 그것을 획득하거나 획득할 수 있을 것이라는 이미지를 소비한다. 이러한 두 문화의 동시적 추구는 “산업사회의 영속화에 필수적인, 서로 대립되면서도 상호의존적인 형태의 행동이 계속해서 이루어지도록 하며, 소비와 생산, 즉 놀이와 일이 서로 조응(캠벨, 2010: 422)”되도록 한다.

그렇다면 이러한 이분법적인 선택으로부터의 자유는 어디에서 나오는가. 효율성이 최고의 가치로 추구되던 일의 영역에서 ‘창조 계급’은 미학적 가치를 일의 측정 도구로 인정한다. 캠벨은 일이 기존의 “윤리적인 생산자요 창조자라는 프로메테우스적 천직의 의미”가 아니라 “감각을 추구하고 경험을 수집하는 소비자의 미학적 필요와 욕구를 만족시키고 즐겁게 해주는 능력 여부로 평가되고 측정(캠벨: 226)”된다고 본다. 즉 개인적인 취미 영역에서만 획득할 수 있었던 미학적 가치를 일의 영역에서도 “의미 있는 새로운 양식”을 만들어내면서 추구할 수 있게 되면서 이들은 이것 아니면 저것의 강요로부터 자유로울 수 있는 것으로 보인다.

이들이 직업에 있어서 꿈꾸는 미래상을 들여다보면 일의 미학화가 더욱 명료하게 드러난다. 이들은 기존의 직업 형식에서 벗어나 독립적으로 하나의 문화를 만들어내는 것을 궁극적인 목표로 삼고 있다. 디자인 회사에 소속돼 일하고 있는 면접 대상자 6의 경우 ‘나가오카 켄 메이’라는 일본 디자이너를 그의 롤 모델로 삼았다. 나가오카 켄 메이는 『디자인하지 않는 디자이너』라는 책의 저자로 10여 년간 유명 디자이너로 활동하다 지역성을 가진 물건들을 선택해서 진열하고 판매하는 상점 ‘D&Department’을 열었다. 면접 대상자 6은 “어떤 회사에 소속해서 하는 게 아니라, 디자인을 해주는 것도 아닌, 직업도 아닌 뭔가”를 꿈꾼

다. 그 무언가는 “논다기보다는 지금 하고 있는 일을 지속하면서 할 수 있는 형태”이며 “디자인적인 안목과 시각과 생각을 가지고 기획”하는 “디자인하지 않는 디자이너”이다. 더불어 이는 하나의 “세계를 창조한 것”이다. 현재 이벤트 플래너로 일하고 있는 면접 대상자 11의 롤모델은 “행복한 가정이라는 거대한 환상을 판매했다(전성원, 2012)” 마사 스튜어트이다. 면접 대상자 11은 “마사 스튜어트처럼 단순히 요리도 아니고 단순히 꽃도 아닌 이런 요소들이 조합됐을 때 엔터테인먼트가 이뤄진다고 제안하고 그런 아이디어를 공유할 수 있는 사람이 되는” 것이 궁극적인 목표라고 말한다. 즉 이들은 디자이너라는 직업에서 대가나, 이벤트 플랜의 주요 요소인 요리와 꽃의 전문가가 되는 것을 목표로 삼지는 않는다. 이들은 특정 분야에서 벗어나 자신이 원하는 미적인 세계를 구축하기를 소망한다.

일과 취미의 경계가 모호한 이들의 생활은 시간의 활용에 있어서도 차이점을 보인다. “이것저것 많이 보고 영감을 얻는 것도 중요하다고 생각하기 때문에 (같이 일하는 스태프들이) 여행을 간다고 할 때 많이 고려하는 편(면접 대상자 11)”이며 “일 하다가 업무 막히면 오늘은 그만 접고 바나나 케익이나 만들(면접 대상자 9)”기도 한다. 언제든지 여행을 떠날 수 있고 시간과 장소, 스케줄 조정에 있어 독립적이고 유동적으로 일을 처리할 수 있는 이들의 모습은 ‘나인투스(9시 출근 6시 퇴근)’의 직장인들의 그것과는 차이를 보인다⁶⁵⁾

이렇게 일과 취미의 경계가 모호한 이들은 일상 속에서 단순함으로 대표되는 소박함을 실천할 수 있게 된다. 일이 곧 좋아하는 것이고, 좋아하는 것이 곧 일이기에 이들의 (이상적) 삶의 영역들은 직장과 여가,

65) 한편 이들의 시간 활용은 ‘자아 착취적’(Ross, 2009)인 모습을 보이기도 한다. 주말과 새벽에도 일이 이어질 때 “몸은 피곤해도 너무 즐겁(면접 대상자 11)”기도 한 반면 “월화수목금 열심히 일하고 토요일에는 그냥 내 다른 삶을 즐기고 싶은데 그러려면 한국에서는 이 쪽 일을 택하면 안 됐나? 대기업 다니는 게 제일 편할 수도 있어(면접 대상자 6)”라는 생각을 하기도 한다. 창조 계급의 노동에서 스스로에게 만족스러운 결과를 위해 장시간의 노동이 나타나고, 자율성이라는 미명 하에 자아 착취가 일어나기도 하는 것이다.

가정 등으로 나누어져 있지 않고 모든 것이 통합되는 하나의 세계 속에서 단순하면서도 창의적인 삶을 실현해나갈 수 있다.

2) 도시 속 자연스러움

소박한 삶의 또다른 특징은 자연에 기반을 둔 친환경적인 삶이다. 키포크족들은 자연 속에서 수영을 즐기고(9호) 숲과 해변으로 떠나고(8호) 캠프 파이어를 하는 법을 배우고(6호) 바다를 찬미하며(7호) 정원에서 식물을 재배한다(4호). 면접 대상자 12의 경우 키포크적 삶을 타샤 튜더의 자연주의적 삶과 연관시키며 “약 10년 전 타샤의 자연주의 감성 라이프스타일에 매료”되었다며 “키포크도 같은 맥락”이라고 인식하고 있었다.

다만 키포크의 자연스러움이 다른 지점은 시골이 아닌 도시에서 자연주의적인 삶을 추구한다는 것이다. 그들은 도심 속 염전을 만들어 맨하튼 옥상에서 소금을 채취(키포크 12:137)하거나 도시에서 누릴 수 있는 자연적인 휴식처를 공유(키포크 6:11)한다.

우리에게는 새들이 짹짹거리고 시냇물이 졸졸 흐르는 숲과 개천이 없다. 하지만 그러한 것이 꼭 필요한 건 아니다. 우리에게는 도시 거주자들만이 누릴 수 있는 고유한 휴식처가 있다. (...) 이것이 바로 옥상, 지하 카페, 작은 아파트 마당에서 누리는 휴식이다. 어떤 곳에서는 이런 장소들이 대수롭지 않을지 모르지만 대도시에서 이 장소들은 특별한 ‘곳’이다. 그곳은 도시인들에게는 성역이다. 고함 소리를 벗어나 서로의 소리에 귀 기울일 수 있고, 주변의 에너지에서 벗어날 수 있는 곳이다. 서로 공감할 수 있고, 생존을 위한 자기방어를 잠시 해제할 수 있는 곳이다. 도심의 소란 속으로 다시 돌아가기 전까지.

키포크족은 “옥상, 지하 카페, 작은 아파트 마당”에서 자연과 만난다. 그들은 미지의 외부 세계나 신비로운 자연에 머물지 않는다. 키포크는 친환경 에코 도시(Eco-City) 포틀랜드에서 탄생했다. 키포크는 자연주

의 삶을 추구하지만 전적으로 도시를 떠나 자연 속으로 들어가지는 않는다.

3) 일상 속 여유와 한가함

킨포크의 소박한 삶에서 중요한 것은 여유와 한가함이다. 여름은 “철 퍼덕 드러누워 꿈쩍 않고 있어야 하는 계절”로 “나무그늘에 앉거나 잔디밭에 드러누워서 하늘에 떠다니는 구름을 멍하니 응시(킨포크 12:18)”해야 한다. 킨포크는 여름 낮에 ‘아무것도 하지 않고’ 보내는 법을 소개한다.

많은 것을 누리거나 가지고 있지는 않아도 본인의 삶에서 휴식을 취하는 시간을 의지대로 통제할 수 있다는 것은 소박한 삶에 큰 의미를 부여한다. 여유와 한가함이 중요한 이유는 아무것도 하지 않는 것이 단순한 나태가 아니기 때문이다. 킨포크는 이를 ‘제대로 된 빈둥거림’이라고 명명하기도 하는데 “계획을 짜거나 사랑하거나 결정을 내리거나 행동하거나 이야기하기 전, 사람은 실질적으로 아무것도 하지 않고 시간을 보”내는 것이 필요하다. “이 생각에서 저 생각으로 자유로이 넘나”드는 시간은 마치 “영혼의 보금자리와도 같다”(킨포크 9:32).

이들에게 여유와 한가함은 일상으로부터 탈해있는 것이 아니라 일상의 연장선상에 있다. 먼저 여유와 한가함의 시간이 일상의 “계획을 짜거나 사랑하거나 결정을 내리거나 행동하거나 이야기”를 가능하게 하기 때문이다. 또한 킨포크족은 여유와 한가함을 이국적인 휴가나 장기적인 여행에서 찾기보다는 일상 속에서 공존시키고자 한다.

- 대부분의 영국 사람들에게는 축제에 놀러가서 텐트나 캠핑 밴에서 보내는 긴 주말이야말로 현실에서 벗어나 즐기는 탈출구나 다름없을 텐데요.

제시카: 물론 그곳에서도 진정한 자유를 찾을 수 있어요. 도착하면 일상, 책임감, 휴대폰, 자의식을 던져 버리고 잠시 속도를 늦추게 되

죠. 하지만 굳이 차에 올라 드라이브를 떠날 필요는 없어요. 새로운 자극이 될 만한 것, 마음의 평화, 혹은 사랑을 찾아 느긋하게 돌아다닐 수 있도록 하루를 자유로이 열어 두면 되죠. (킨포크 9:57)

이들이 일상 속의 여유와 한가함을 중시하는 또다른 이유는 “뇌가 다른 모드로 진입하도록 해주기 때문에 창의적인 생각을 하는 데(킨포크 16: 21)” 도움이 되기 때문이다. 예를 들어 사람들과 함께 떠가는 구름을 구경하는 것은 좋은 방법이다. 여유와 한가함을 가지는 것은 마음가짐의 문제이기 때문에 어느 요일이든 “하루를 생기 가득히 만끽하는 방법”(킨포크 9:59)을 따르면서 일상에서도 여유와 한가함을 가질 수 있길 소망한다.

3. 윤리의 심미화

그렇다면 왜 소박함에 대한 열망이 나타나게 되었는가? 이들은 소박함을 어떠한 방식으로 추구하며, 왜 현재 한국 사회에서 소박함에 대한 열망이 나타나게 되었는가? 이들이 지향하는 미적 기준이 개인의 선택에서 형성된다는 점과 주류 문화와는 거리를 유지하고 있다는 점에 주목해볼 필요가 있다.

1) 윤리적 선택으로서의 취향

면접 대상자 10은 “타고난 취향도 중요할 수 있는데 후천적인 게 많은 것 같”다고 말하며 “경험에서 체득한 좋은 것들을 정립하고 누적해서 자아가 되는 것”이라고 취향과 정체성의 관계를 명확히 인식하고 있었다. 여기에서 타고난 취향은 개인이 가지고 태어난 미적 감각을 의미하고, 후천적인 취향은 살아오면서 체득한 미적 기준의 총합이다. 물론 이러한 후천적 취향은 부르디외가 <구별짓기>에서 분석하고 있는 살아

온 환경과 아비투스의 영향력에서 자유로울 수 없을 것이다. 그럼에도 의식적인 개인의 선택은 미적 기준을 형성해나가는데 중요한 요인으로 남아 있다. 면접 대상자 8은 소박한 것을 추구하는 자신의 미적 기준에 대해 다음과 같이 말한다.

공부를 1,2학년 때 하다보니 패션은 되게 소비고, 궁극적으로는 자본이 없으면 살아남을 수가 없고 오뜨꾸뛰르(Haute Couture) 같은 것도 굉장히 만들고 버리는 패스트적인 측면도 많고, (...) 여성 잡지들 보면 다 광고고 푸시를 하고 어떻게든 사람들에게 돈을 쓰게 만드는 글을 쓰는 거잖아요. (...) 뿌리부터 자본 같은 느낌이 크고. 그래서 시각 공부를 시작했는데 사람이 어떤 필요가 있을까, 어떻게 만들면 이 사람이 더 유용하게 살고, 살면서 불편하거나 어려운 부분을 좀 더 나아지게 이끌 수 있을까. (...) 이론적으로는. 그래서 좀더 끌리게 됐고. 그리고 내가 무슨 일을 하면 나아지는 게 있잖아. (...) 그런 흐름으로 일을 하게 되고 방향을 결정하게 되는 게 있으니까. 아무래도 그런 일환으로 소비 문화나 화려한 것보다는 담백하고 소박한 것들에 잘 끌리게 됐던 것 같아요. (...) 취향은 개인이 가진 세계관과 가치관이 반영되고 투영되는 거라고 생각을 하고. 그래서 물건을 살 때도 번쩍번쩍하고 색깔적으로 화려하고 무늬가 많은 것보다는 좀더 까실까실하고 군더더기 없고 심플하고 무광이고. 커피를 마실 때도 테코 많이 올라간 거보다 제일 기본이 좋고. 그런 것들이 되게 별개라고 보는 사람도 있겠지만 다 연관이 되지 않을까. (면접 대상자 8)

면접 대상자 8은 자본주의 질서에 강하게 속해있는 패션 대신 (이론적으로나마) 사람들에게 보다 나은 생활을 제공할 수 있는 UX/UI 디자인을 선택하게 된 것과 자신이 “군더더기 없고 심플하고 무광이고” “기본”적인 물건을 좋아하는 것을 연관지어 인식하고 있었다. 커피를 마시고 물건을 살 때 단순하고 소박한 디자인을 선택하는 것을 직업에 있어서 윤리, 더 나아가 자신이 바라는 세상에 대한 상과 연관시키고 있는 것이다.

특히 취향을 개인의 선택과 연관 짓는 것은 외부에 반대되는, 억압적인 힘이 존재할 때 더욱 중요해진다. 면접 대상자 7은 학생일 때는 “취향에 있어서 어떤 충돌이 없었기 때문에 취향이 뭐가 중요해, 취향 별 것 아닌데 어디 가서 사고 입고 그런 건데 뭐가 중요해”라고 생각했고 “내 취향을 추구하지 못하게 하는 힘이 없었기 때문에” 취향에 대해 지나치게 의미를 부여하는 것을 부정적으로 파악했다. 그러나 그가 취업을 하고 “막상 내가 원하지 않는 취향의 집단에서 그걸 따라가야하고 적응해야하고 세대 차이 많이 나고 되게 다른 아저씨들이랑 같이 있다 보니 취향이 되게 중요한 거 같”고 “자기 취향을 추구한다는 게 되게 어려운 것 같고 (...) 학생이었기 때문에 전체적인 사회를 보지 못했는데 느슨하게 세대랑 조직 문화를 보고 나니 취향이라는 게 파괴적인 힘이 될 수 있다”고 생각하게 됐다고 말한다. 그에게 취향이란 “내가 어떤 걸 선택하는 가장 작은 범주”라며 “내가 뭔가를 때려치겠다는 것도 아니고 다 바꾸겠다는 것도 아니고 그냥 내가 즐기는 것만 고르겠다는 것”이기 때문에 “자유라고 하기에는 너무 소박하긴 하지만” “어쨌든 최소한의 자유”라는 것이다.

이렇듯 미적 취향을 개인의 의식적인 선택으로 파악하는 것은 능동적인 행위로, 부르디외는 “생활양식의 기본적인 성향을 미적 원리의 체계로, 객관적 차이를 선별적 차별화로, 수동적 선택(이것은 변별적 관계들의 논리에 의해 외재적으로 구성된다)을 의식적이며 선별적인 선택으로 변형(부르디외, 2005:117)시키려는” 것을 하나의 전략으로 보고 있다. 부르디외에게 있어 취향은 환경과 아비투스에 의해 구성된 것으로 “생활양식의 기본적인 성향”이자 “객관적 차이”와 “수동적 선택”이며 이를 개인의 선별적 미적 원리로 이해하는 것은 개인에게 “지배계급, 실로 최상층부의 부르주아지”들만이 누릴 수 있는 특권을 허용하는 것이다.

더불어 미적 기준과 개인의 삶을 연관시키는 태도는 19세기 보헤미안의 계보를 떠올리게 한다. 183, 40년대에 프랑스에서 시작되어

1950년대의 비트 세대와 1960년대의 히피 등으로 이어진 보헤미안들은 “자신의 삶 자체를 예술로 만들고자 했다(Seigel, 1986:4)”. 프랑크 혁명과 경제적 전환을 겪으면서 근대의 개인들은 더 이상 공동의 토대를 가지거나 전적인 공동체 내에서 인지되지 않았다. 공동의 이해관계와 목적을 잃어버린 개인들은 무제한적인 이기심과 자기중심주의를 보였는데 이렇게 “안정되고 제한된 사회적 정체성을 받아들이는 것(Seigel, 1986:11)”에 적응할 수 없거나 거부하고자 했던 주변적 존재들은 예술적이고 창조적인 활동을 통해 부르주아 세계를 비판했다. 그들은 “사회 주변부의 불안정한 예술가이며, (...) 자신을 순교, 즉 “십자가에 못 박힌 자”로 바라보고 싶어하고 그를 바보로 보는 문화적 기득권층을 공격함으로써 자신의 고결함을 보호(윤손, 2013:162-163)”한다. 이러한 파리의 보헤미안 삶은 푸치니의 <라보엠>(La Boheme)을 통해 대안적 삶의 양식으로 찬양되기도 했다(히스, 2006:25). 보헤미아니즘은 자신들의 예술과 라이프스타일을 통해 속물근성을 가진 부르주아 세계를 경멸하고 대안적 삶을 지향한다.

2) 남다름의 수용과 거리두기의 태도

면접 대상자 3은 키포크족이 “루이비통을 드는 것이 최상의 멋이거나 유명한 아파트에 사는 것이 자랑거리이거나 이런 것들과 다른 가치를 가지고 있는 사람들”이며 “오히려 허름한 공장 건물이라든지 메인스트림이 좋아하는 것과는 다른 것들을 좋아하고 다른 음악을 듣고 록도 다르고 소비형태도 다르”다고 이야기한다. 이들은 “메인스트림이 좋아하는 것과는 다른” 가방을 들고 아파트에 살고 음악을 듣고 옷을 입는다. 이들이 지향하는 취향은 주류 사회와 거리를 유지한다.

이들은 자신의 기이함과 불완전함을 받아들이고 완벽함을 추구하는 주류 사회와 경계선을 긋는 것처럼 보인다.

“좋아하는 일을 해.” 사람들은 말했고 나는 그렇게 했다. 다른 일은 해 봤자 털끝만큼도 내 적성에 맞지 않는다는 것을 곧 깨달았기 때문이다. 처음 음식평론가가 되었을 때 내가 가진 것은 이름 한 줄과 쥐꼬리만한 보수뿐이었다. 집세가 싼 조그마한 아파트 덕분에 근근이 살아가는 형편이었지만 디너 파티에서 옆에 앉은 증권 관계자와 기업 헤드헌터는 내 직업을 부러워하며 말했다. “크렘브릴레 평론가라니… 그거야말로 제가 하고 싶은 일이에요.” (...) 그들의 눈에 비친 내 직업은 엑셀 프로그램과 융자 상환, 따분한 미팅이나 사내 정치와는 거리가 먼 달달한 즐거움 그 자체였다. (킨포크 13:15)

주류 사회는 “증권 관계자와 기업 헤드헌터”로, 자신의 삶은 “쥐꼬리만한 보수”, “집세가 싼 조그마한 아파트”, “근근이 살아가는 형편”으로 묘사된다. 그러나 자신의 기이함과 불완전함의 수용은 결핍과 열등감의 태도로 나타나지는 않는다. 주류 사회가 “엑셀 프로그램과 융자 상환, 따분한 미팅이나 사내 정치”인 반면 자신의 삶은 “좋아하는 일”과 “달달한 즐거움 그 자체”이기 때문이다. 즉 거리두기는 ‘너는 너, 나는 나’의 태도로 끝나거나 내가 가지지 못한 것에 대한 부러움의 표현보다는 우월감의 표시로 나타나기도 한다.

내 재산은 현금이 아니라 다재다능한 능력이었다. 일 하나가 끝나면 입소문을 타고 다른 일감이 들어왔다. 집세는 공동 부담하고, 옷은 중고를 입고 누군가 갤러리를 새로 오픈하면 와인도 공짜였다. 우리는 서로의 뒤를 봐주었다. 이방인 중에서도 이방인으로 살아가고 있는데, 누가 나를 돌봐 줄 것인가? (...) 창의력 있고 유별난, 어딘지 이상하면서도 늘 행복해 보이고 ‘기이함’을 아름답게 수놓는 이 세상의 모든 미운 오리들에게 격려와 박수를 보낸다. (킨포크 13:15)

나에게는 “다재다능한 능력”이 있고 “서로의 뒤를 봐주”는 또다른 “이방인”들이 있기 때문에 집도, 옷도, 와인도 얻을 수 있다. 이는 어차피 “아무리 완벽한 계획과 상세한 일정표를 준비해도 (...) 늘 예기치 못한

사고가 따라다”니므로 “갑작스레 일정을 바꿔야 한다면 미련 없이 새로운 길로 들어서 자유를 즐(킨포크 13:88)”길 줄 아는 태도이다.

이러한 태도의 특징은 절박하지 않다는 것과 미적 우월감을 가진 데서 나온다. 부르디외는 “경제적 필요의 중단과 제거 그리고 절박한 필요로부터의 객관적-주관적 거리”를 지적하며 거리두기의 태도를 위해서는 “존재 전체를 일종의 어린아이들의 게임처럼 만들 수 있는 능력을 가질 필요는 없지만 최소한 오랫동안, 때로는 평생동안 세계에 대해 어린아이와 똑같은 관계를 맺을 수 있는 사람이 되지 않으면 안 된다(부르디외, 2005:110)”라고 이야기한다. 세계에 대한 어린아이와 같은 관계는 “마술적 관계”로 돈이 많지 않아도 일이 꼬리에 꼬리를 물고 늘어지고, 살아갈 집이 생기고, 스타일리시한 옷을 발견하며, 맛있는 와인도 즐길 수 있는 것이다. 절박한 필요로부터 자유로운 거리두기는 이 자유를 과시하고 “일상적인 이해관심이나 절박한 요구에 지배될 수밖에 없는 사람들에게 대한 정통성의 측면에서 우월성을 요구한다(부르디외, 2005:113)”.

이 때 우월성을 요구하는 거리두기가 이전에는 ‘아무 이유 없는 사치’(부르디외, 2005:112)를 통해 드러났다면 키포크 문화에서는 거리두기가 소박함을 통해 드러난다는 것에 주목할 필요가 있다. ‘이유 없는 사치’에 대해 한편 ‘줄부’라며 그들의 미적 취향 또는 윤리적 태도에 겨냥했던 손가락질들은 이제 더 이상 그들을 속물적이라고 비난할 수도 없게 되었다. 즉 소박함의 문화는 객관적 거리두기를 통해 자신이 가지고 있는 자유를 과시할 수 있을 뿐 아니라 속물적이라는 가치 판단으로부터도 우위를 점할 수 있게 되었다.

더불어 이들의 창조적인 속성은 미적 부분에서도 자신감을 심어주는 데, 자신의 기이함과 불완전함을 미적으로 드러낼 수 있는 것은 완전함보다 더 가치 있는 것이다.

옷, 인간관계를 비롯한 삶의 모든 순간에서 완벽을 추구하는 것은 부질없는 짓이다. 중요한 것은 결점을 어떻게 드러내야 하는가이다.

(...) 최고의 인테리어는 돈으로 살 수 있는 게 아니다. 나이가 들수록 완벽하기보다 개성 있는 스타일에 끌리는 것도 그 때문일 것이다. 그러나 이런 것은 하루아침에 손에 넣을 수 없다. 가짜로 위싱한 청바지 한 벌로는 어렵도 없다. 직접 입고 길을 다녀야 한다. 물론 이 베이에서 중고 청바지를 찾을 수도 있겠지만 같은 의미일 수는 없으며, 마음속으로는 우리 모두 그 사실을 잘 알고 있다. 고생 끝에 손에 넣을 수 있는 개성과 결점을 향한 멀고 보람찬 길은 결국 스스로 개척해 나아가야 한다는 걸 말이다. (킨포크 13:29)

이들은 예술적이고 창의적이기 때문에 결점을 완벽함보다 더 미적으로 드러낼 수 있다. 이 때의 미적인 결점은 “고생 끝에 손에 넣을 수 있”고 돈으로 사거나 누군가가 대신 제공해주는 것이 아니라 “스스로 개척해”야만 얻을 수 있다.

면접 대상자 3 역시 “일반적인 사람이 봤을 때 아티스트의 삶이 (돈을 못 벌고 월급이 없으니까) 좋지 않은 삶이라고 생각”하지만 “다른 면에서 보면 아티스트는 돈만 조금 부족할 뿐이지 미적으로 향유하는 부분들이, 폭이 훨씬 넓”다고 말한다. “돈은 없지만 그 돈을 갖고 사는 사람들보다 훨씬 더 좋은 것을 보고 좋은 얘기를 듣고 좋은 사람들과 함께” 한다는 것이다.

4. 탈-생존주의로서의 소박함에 대한 열망

1) 생존주의에 대한 피로감

대부분의 면접 대상자들은 경쟁적인 사회 분위기에 대해 인식하고 점차 심해져가는 생존주의에 대해 피로감을 호소하고 있었다.

취업난이잖아요. 취직을 하기 위해서 취직에 필요한 정보에 되게 혈안이 되어 있잖아요. 심지어 인간적인 네트워크도 그런 걸 중심으로 돼 있는 것 같고. 특히나 저는 나이가 많은 상태에서 입사를 했는데 지금 막 들어오는 여자로 23-4살도 있고 남자는 25-6살도 있는데 그 친구들은 제가 봤을 때 대학교 입학할 때부터 심지어 고등학교 때부터 이미 취업난이라는 단어를 많이 들었을 것 같아요. 왜냐하면 군대 제대하고 2008년에 복학했는데 이미 그때 08학번들은 좀 달랐어요. 1학년 때부터 취직을 위해서 동아리를 하고 학회, 세미나, 인턴제도가 나오면서 이미 거기에 물들어있다보니까. 순수한 학문으로서의 공부 아니라 취직을 위한 정보로 많이 할애가 돼있으니까. (면접 대상자 10)

경쟁은 기본적으로 동년배 세대 사이에서 이뤄지지만 “옛날보다 지금이 낮고 할아버지보다 아빠 때가 낮고 아빠 때보다 우리 때가 나아야 하는 게 당연하다고 살아온 사람들”이기 때문에 “더 이상 올라가지 못(면접 대상자 9)”한다는 사실도 충격적으로 받아들여졌다.

“의미 있고 수익성도 좋은 직장”을 찾는 것은 불가능한 일이며 수익성이 좋은 회사에 들어가도 “꿈의 직장이던 투자은행에서 일하는 것은 어느 순간 갑자기 악마를 위해 인구 조사를 하는 그런 느낌을 주게 되었다(맷차, 2015:30)”. 취업이 개인의 정체성을 규정하고 삶의 안정적인 경제적 기반과 성취감, 만족감을 가져다줄 것이라는 믿음은 게임 참여자들에게 더 이상 ‘일루지오’로 작용할 수 없게 되었다. 의미와 수익성을 동시에 획득하는 것 또는 둘 중의 하나라도 획득하는 것은 아득한 일이 된 것이다.

이때의 생존주의는 제한된 자원에 치열한 경쟁에서 비롯된 것이기도 하지만 집합적인 분위기와 사회의 지향 가치 그 자체이기도 하다. 일본에서 오래 살며 일본의 소박한 문화를 키포크 비공식 모임을 통해 재현해보고자 했던 면접 대상자 1은 한국의 “사회적인 분위기”를 이야기하며 “뭔가 하지 않으면 불안한 강박관념”을 지적하기도 했다.

2) 일상 속 탈-생존주의의 추구

이 때 느리고 소박한 삶의 격려하는 키포크 정신은 의미를 제공하며 위안을 주고 생존주의와는 거리를 유지할 수 있게 한다.

다 비슷한 상황에 놓여있어서 (...) 사람들에게 [키포크 문화가] 되게 빨리 흡입력 있게 소모되는 것 같아요. 이게 다들 지치는 부분이 있고 공허하면 사람들이 왜 공허하고 왜 안 채워지는지를 찾는 것이 본능적이잖아요. 탈출구를.(면접 대상자 8)

면접 대상자 8은 사람들이 자신을 지치게 하고 공허하게 만드는 공통의 원인으로부터 벗어나고 탈출구를 찾고자 하는 마음에 키포크 문화가 흡입력 있게 퍼져나갔다고 인식하고 있었다.

큰 것을 쫓기가 힘들잖아요. 돈을 많이 벌고 예전처럼 아파트를 갈아타면서 부를 축적하고 부모님 세대들처럼 안 되잖아요. 많은 의미에서 막혀있다구요. 그럴 때 음식에서 위안을 찾는 거 자체는 (...) 지극히 생물육체적인 부분과 정신적인 부분이 맞물려서 우리가 얻을 수 있는 것.(면접 대상자 2)

면접 대상자 2 역시 부를 축적하거나 “큰 것을 쫓기가 힘”은 상황에서 음식 모임 등이 육체적인 만족과 정신적인 만족을 함께 제공한다고 보고 있다.

우리는 정신없이 바쁘고 짜증나는 경쟁 사회에서 살고 있다. 그렇다 보니 부역에서 허비하는 시간을 절약하면 남보다 앞설 수 있다는 생각에, 요리를 해서 만든 진짜 음식을 먹는 전통을 희생하면서 간편한 드라이브스루나 냉동식품을 선택한다. 이런 사람들에게 느리게 가라고 격려하면서, 요리의 소박한 즐거움을 알게 하고, 정신과 육체적 건강에 관심을 갖도록 하는 것이 바로 내 임무다. 나는 내가 일하는

레스토랑, 블로그, 일상생활을 통해 부엌에서의 작은 변화만으로도 우리의 삶이 얼마나 많이 바뀔 수 있는지 보여주려 노력하고 있다.
나는 대화와 교감, 교류가 우리를 다시 집으로 돌려보내 우리에게 가장 중요한 영혼의 허기를 채워줄 거라고 믿는다. (킨포크 2:81)

끼니를 대충 때우고 소통하지 않고 나의 업무에 집중하면 남들보다 앞설 수 있다는 생각은 생존주의의 단면을 잘 보여준다. 문화적인 측면에 있어서도 “회사 생활을 하다보면 걸보이는 것도 신경 쓰고 문화적으로도 영화라든지 사람들이 알고 있는 것 다 알아야 하고 트렌드를 따라가야 되는 것에 은근히 집착하게 되(면접 대상자 10)”는데 이와 반대되는 것에 대한 갈망을 키포크가 제시해준다는 것이다.

먼저 키포크 문화는 ‘을’의 위치에서 대항하지 못하고 일상을 살아가는 행위자들에게 주체가 되는 순간을 제공한다. 면접 대상자 8은 “뭔가 부족하고 휘둘리는 것 같은 느낌을 항상 일상에서 받”으며 “회사 자체가 을에 있는 에이전트다 보니 가끔 자본 논리가 너무 싫을 때가 있”다고 한다. 그에게 키포크 문화는 주체가 되는 느낌을 제공하는데 “뭔가 심어놓고 나면 주체가 되는 느낌은 확실히 있잖아요. [‘갑’의] 통제권 밖에서 내가 할 수 있는 일이, (...) 뜨개질이나 자수도 수강하고 조금씩 만드는 것도, 이거 하나는 내 마음대로 내 시간과 노력을 들인 만큼은 얻을 수 있으니까” 하게 된다는 것이다. 면접 대상자 9의 경우도 “내 손으로 해먹는 성취감”에 대해 이야기한다. 9의 경우는 명문대를 졸업하고 회사 생활을 하다 결혼을 하고 아이 둘을 키우며 번역일을 하고 있다. 소박한 키포크 문화는 생존주의로부터 지친 이들에게 내 삶을 내가 통제하고 있다는 주체가 되는 느낌을 부여하고 나의 힘으로 획득할 수 있는 것이 있다는 성취감을 제공한다.

더불어 키포크 문화는 바쁜 일상에서 쉬어가는 순간을 제공한다. 면접 대상자 3은 본인은 “아프고 행복하지 않은 삶을 원하지 않”는다며 “더 높은 것을 위해서라면 자기 행복도 희생하”는 사람들과 거리를 두고 본인은 바쁠 때도 끼니를 제대로 챙겨먹으려고 노력한다고 한다. 제대

로 된 식사를 하는 것은 쉬어가는 순간이고 타인과 소통할 수 있는 시간이다. 면접 대상자 8도 키포크 문화를 즐기는 사람들에 대해 “수수하고 많은 것에 대해서 이익관계를 잘 따지지 않는 사람이거나 낮은 사람, 없는 사람에 대해 배려가 많은 사람들이거나 (...) 자본이나 소비논리의 이면을 볼 수 있는 사람들”이라고 인식하고 있었다. 키포크 문화는 자본과 소비 논리, 경쟁적인 분위기와는 거리를 두는 사람들이 지향하는 문화라는 것이다.

키포크족들이 꿈꾸는 삶의 모습을 바라보면 일상 속에서 느끼고 소박한 삶이 어떠한 모습으로 나타나는지 좀 더 이해할 수 있게 된다.

나의 공간을 가져서 내가 원하는 것들을 치덕치덕 바르면서 행할 수 있었으면 좋겠다는 바람이 있고. 돈 같은 경우도 많이 벌었으면. 화려한 걸 사고 명품백을 꼭 사야지 큰 욕심은 없어도 내가 좋아하는 필라델피아 외국 가구 같은 거 사려면 필요하잖아요. (...) 자동차 필요 없이 자전거로 생활하고 싶고. 자전거 좋아하는 남자랑 결혼했으면 좋겠고. 취향 맞는 사람하고 있었으면 좋겠고. 좋아하는 사람하고도 행복하게 시간을 여유롭게 보냈으면 좋겠고. (면접 대상자 8)

면접 대상자의 발화로부터 소박하게나마 자신만의 작은 공간을 마련하고 그 공간을 자신의 취향대로 꾸미고, 취향이 맞는 사람과 여유롭게 시간을 보내고 싶다는 소망을 엿볼 수 있다. 자취방이나 고시원, 원룸 등 집으로 확장되지는 못하는 작은 공간에 사는 이들은 좁은 방안을 자신의 세계로 꾸며서 위안을 받거나 대안을 마련한다.

또한 이들이 가지고 있는 판타지는 외국에서의 체류 경험으로부터 많은 영향을 받았다. 면접 대상자들은 다시 당시의 경험을 일상 속에서 추구하고 싶은 소망을 내비쳤는데, 외국에서의 생활이 단기간의 여행였던 장기간의 체류였던 기간에 상관없이 강렬한 인상을 남기고 있었다.

제 가치관에 많이 영향을 미쳤던 게 독일 여행 갔을 때예요. (...) 그때 홈스테이를 했어요. 세 명 대학원생들이 같이 사는 아파트에서 홈

스테이를 했는데 딱 그들이 사는 문화, 삶의 방식이 제가 추구하던, 꿈꾸던 거였어요. (...) 음식도 마트에서 사서 해먹어요 소박하게. 펍에도 갔는데 술도 별로 안 먹고 칵테일이나 맥주. (...) 그리고 공원이 있는데 잡초도 자라고 가꾸지 않은 느낌. 조깅하고 운동하고 태닝하거나 축구하거나 책 읽거나 너무 여유롭게 있고. 근교 호수에 가서 수영복 하나 들고 가서 수영했어요. 어디 따로 수영장이나 해수욕장 가는 게 아니라. (면접 대상자 10)

면접 대상자 10은 독일 여행에서 홈스테이를 하면서 소박하게 음식을 해 먹고 여유롭게 공원과 호수에서 휴식을 취하던 경험을 회상했다. 그의 꿈은 단순히 음식을 해먹고 여유를 즐기는 것에 있다기보다는 이를 함께 나눌 수 있는 모임과 일과 여가의 균형에도 초점을 맞추고 있었다.

모임이 있더라구요. 10명 정도 있는데 가끔씩 외식 장소로 자전거를 타고 (...) 한참 가서 모여서 먹고 헤어지고. 거나하게 술을 마시거나 하는 것 아니고 두 시간 정도 식사하면서 이런저런 사는 얘기하고. 어떤 날은 집에 초대해서 포틀럭처럼 하고. 그룹 애들이 나이도 천차만별인데 남녀노소 상관없이 친구가 되고 편하게 자기의 의견을 공유하는. (...) 주말이나 여가 시간에는 소박하지만 끈끈한 네트워크가 있어서 정신적으로 교감을 하고 뭔가 자극적인 즐거움은 없지만 일과 여가의 밸런스가 맞는 모습이 이상적이었던 것 같아요. (면접 대상자 10)

그는 “남녀 커플들, 가족 단위로 할 수 있는 것들만 많이 발전”한 한국에 비해 남녀노소 상관없이 친구가 돼 함께 살고 여가를 보낼 수 있는 공동체의 모습을 그리워하고 있다. 또한 “자극적인 즐거움”보다 “일과 여가의 균형”을 중시하며 편한 인간관계를 회상했다.

면접 대상자 11의 경우도 일본에서의 경험을 회상했는데 소박한 일상의 행복을 이야기했다.

일본 문화 굉장히 비슷해요. 소소함이나 소박함에 행복을 느끼는 데에 일본만한 나라가 없어요. 원더랜드. 일본에 계속 있으면 너무 평화로워서, 너무 잔잔하게 맨날맨날 행복해서 (...) 정말 하루하루 드라마 속에 사는 것 같았으니까. (...) 빨간 예쁜 집. 룸메 퇴근할 때 역까지 데리러 가서 장 봐와서 밥먹고, 쓰레기 정리해서 버리고, 주말에 빨래 해서 말리고 산책 갔다 오고. 옆 빵집에 새로운 빵 시도했으면 가서 먹어보고. (면접 대상자 11)

이들은 외국에서 ‘소박함’의 경험을 한국에서 쉽게 재현해내기에는 어려움을 인식하고 있으나 키포크 문화를 소박한 삶의 하나의 실현 지점으로 삼거나 추구하고 있다.

물론 소박함에 대한 추구는 생존주의에서 밀려난 자들의 가치가 되기도 한다. 생존주의에서 적극적으로 탈피하려는 노력이라기보다 소박함을 추구할 수밖에 없게 되는 경제적, 문화적 조건의 일환이기도 하다. 면접 대상자 14는 “나라가 망하든 세계가 망하든 이런 것보다는 내 앞가림이나 내 바운더리의 문제”가 더 커지면 거대한 담론이나 문화가 나타나기보다는 작고 소박한 문화가 나타난다고 보고 있기도 하다. 그럼에도 키포크 문화가 보여주고 있는 소박함의 열망은 단순히 소박함을 추구하는 것이 아니라 자신의 삶이 소박한 생활 양식으로 재편되기를 바란다는 점에서 소극적인 것이라기보다 적극적인 탈-생존주의의 방편으로 볼 수 있겠다.

IV. 소박한 관계와 공동체 형성에 대한 열망

〈킨포크〉 잡지는 1호부터 5호까지 “A guide for small gathering”이라는 부제를 달고 있다. 작은 모임에 대한 안내 역할을 하는 잡지는 ‘혼자서’, ‘둘이서’, ‘여럿이’라는 장으로 구성돼있다. 4장에서는 킨포크족들이 맺고 있거나 지향하는 관계와 공동체에 대해 분석한다. 이들이 유지하고 있는 사회적 형태는 무엇이며 어떠한 공동체의 형성을 상징하고 있는가?

1. 모임 분석

1) 공식 모임

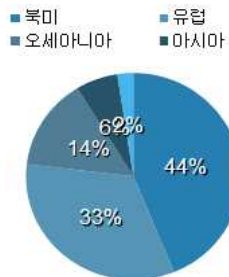


그림 13 대륙별 킨포크 모임 개최 비율

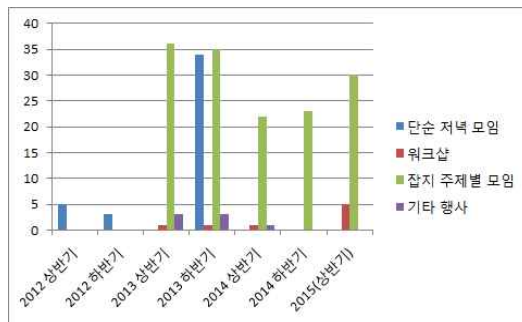


그림 14 시기별 킨포크 모임의 양상 변화

위의 표는 킨포크 공식 사이트에 기록된 각 도시의 킨포크 행사들을 재구성해 만든 것이다. 2012년 2월부터 2015년 6월까지 대륙별 모임 개최 횟수를 보면 미국과 캐나다가 있는 북미 지역은 110회로 전체 모임의 44%를 차지하고, 영국, 프랑스, 스페인, 네덜란드, 벨기에, 터키, 포르투갈 등의 나라가 속해있는 유럽 지역의 경우 83회(33%), 호주와 뉴질랜드가 있는 오세아니아 지역이 36회(14%), 한국, 일본, 중국이 속한 아시아 지역이 16회(6%), 멕시코가 속한 남미 지역이 6회로 2%

의 비율을 차지한다. 시기별로 보자면 초기 북미 지역에서 압도적이었던 개최 횟수가 점차 줄어들고 다른 나라들의 개최 횟수가 늘어난다. 이는 한편으로는 키포크 모임 주최에서 미국의 절대적인 영향력이 감소하고 전세계로 키포크 모임 문화가 퍼져나가는 것이고, 한편으로는 키포크 모임이 조금 더 체계화된 형태를 띄면서 주최 횟수가 줄어들었기 때문에 나타난 변화로도 볼 수 있다. 오른쪽에 있는 시기별 모임의 양상 변화를 보면 2013년 상반기까지는 저녁 모임이 주최된 반면 이후에는 잡지의 주제와 연관된 모임들이 열린 것을 알 수 있다. 키포크 본사는 6-20명 규모의 모임을 장려하고 2012년에는 독자와 contributor가 많은 도시를 중심으로 저녁 모임을 만들었다. 이후 2013년부터는 저녁 식사에만 집중하지 않고 참가자들이 함께 참여할 수 있는 활동을 마련했으며 각 나라의 주최자들에게 모임의 방향을 제시했다.

한국의 경우는 2013년 9월 ‘Preserving the Season’ 워크샵, 2014년 5월 ‘바다의 정신’ 모임, 2014년 10월 ‘어질러진 식탁: 와비사비’ 모임, 2015년 5월 ‘느리게 살기’ 모임이 열렸다. 각 모임에 대해서는 키포크 온라인 공식 사이트를 통해 일정한 참가비(한국의 경우 60\$)을 내고 참가 신청을 받았다. 모임은 한국어판 <키포크> 잡지 출판사가 대부분 주최했으며 경우에 따라 다른 단체에 모임 준비와 주최를 맡기기도 했다. 아래의 표는 키포크 공식 모임을 주제, 장소, 주최자, 파트너 등으로 구분해 정리한 것이다.

	주제	장소	주최	파트너
2013.9	한국의 전통 발효	충주 명상센터	서울리 스트	옹달샘, 박준 사진가
2013.12	키포크 서울 디너	이태원 음식점	출판사	박찬일, 네타스키친
2014.5	바다의 정신	삼청동 음식점	아트먼 트랩	사진: 스튜디오 노마, 꽃: KOTT, 음식: Le projet A table
2014.10	어질러진 식탁:	성수동 스튜디오	웨딩 플래닝	음식: 차리다, 웬디 벨

	와비사비		회사	
2015.5	느리게 살기	신사동 갤러리	출판사	신사장, 이솝, 아틀리에 수, 무릉외갓집, 도자기 이상호

표 8 한국의 키포크 공식 모임 현황

모임이 진행된 장소에서는 식물을 장식품으로 많이 사용해 자연과 가까운 느낌을 주거나 시멘트를 벗겨낸 스튜디오나 옛날 여관 건물을 개조한 갤러리와 같이 포스트모던한 분위기를 제공했다.

장소 제공, 음식 준비, 영상 기록, 소품 준비 등에 있어서 담당자가 각 모임마다 바뀌면서 모였다 헤어지는 방식으로 행사를 준비했다. 주최자와 파트너들은 대규모 회사보다는 개인의 창의적인 재능을 바탕으로 꾸려진 회사가 대부분이었다.

모임에서 주요 활동은 함께 식사를 하는 것이다. 이외에 참여자들은 미리 자신만의 레시피를 준비해와서 자리에서 이야기하며 공유하기도 했고, 주최자가 미리 준비한 질문지를 한명씩 뽑아 답을 한다든지, 〈키포크〉 잡지에 실린 글의 일부를 낭독하는 등의 활동이 이뤄졌다. 집으로 돌아가는 길에는 식탁에 장식돼있던 식물들을 포장해 선물로 제공하기도 했다.

2) 비공식 모임

본사와 연결돼있는 키포크 공식 행사뿐 아니라 사람들이 자체적으로 모이는 키포크 비공식 행사도 열렸다. ‘키포크 서울’(www.facebook.com/KinfolkSeoul) 비공식 모임은 2013년 상반기부터 한강 공원, 복합공간 갤러리 등에서 모임을 가졌다. 첫 모임의 경우 많은 신청자가 몰려 세 그룹으로 나뉘 키포크에 대해 어떠한 생각을 가지고 있는지 공유하는 자리를 마련했다. 이후에는 주최자가 온라인을 통해 (무료로) 참가 신청을 받고 각자 음식을 준비해와 요리법을

설명하고 나눠 먹는 모임이 진행됐다.

복합문화공간으로 활용되는 한 카페의 경우도 키포크 음식 모임을 열었다. 〈키포크〉 잡지에 나와있는 요리법에 대한 설명을 듣고 준비된 재료들로 함께 요리하고 식사하는 모임이다. 모임을 주최했던 면접 대상자 4는 공식 모임에서 참가했었는데 보다 소규모의, 직접 음식을 함께 만드는 모임을 만들고 싶어 이를 시작했고, 지방에서도 음식 모임을 꾸준히 찾는 사람들이 있다고 이야기했다.

2. 친밀함과 취향의 공유

1) 친밀함의 형성

〈키포크〉 잡지의 소개글을 살펴보면 이들이 추구하는 것은 특정한 음식이라기보다는 음식을 타인과 나누며 교류하는 경험에 가깝다고 볼 수 있다.

이 책에는 음식을 만들어 먹는 것, 그 이상의 것이 담겨 있습니다. 우리의 진짜 관심사는 사람들이 음식을 함께 먹는 이유에 있습니다. 또한 지인들을 꾸준히 집으로 모이게 만드는 사람, 그리고 그 자리에 함께했던 사람들 사이의 감정적 유대 같은 것이 우리의 관심사입니다. 우리는 복잡하다 못해 두려움의 대상이 되어버린 ‘모임’이라는 개념을 단순화하기 위해 노력하고 있습니다. (키포크 2: 머릿말)

즉 “사람들 사이의 감정적 유대”와 “모임”이 이들의 주요한 관심사이다. 포틀랜드에 다녀온 한 면접 대상자의 경우 “거기(포틀랜드)는 그냥 식구들끼리 휴일에 고기 구워 먹고 어떻게 보면 되게 단조로운데 아무렇지도 않게 너무 편안”하다고 이야기하면서 “한국은 너무 화려하게 보여 주는 데 치중을 하는데, 편한 사람들끼리 편안한 자리를 하는 건 워낙

좋아하는 편(인터뷰 4)”이기 때문에 키포크식 모임을 갖는다고 이야기한다. 친구와 함께 식사를 하면 “음식을 나누어 먹음으로써 같은 시간을, 하나의 공간을 공유”하고 “음식을 먹을 때 서로에게 속도를 맞추(키포크 1:102)”기에 친밀감을 나눌 수 있는 것이다. 이들은 이러한 모임에 대한 선호를 “온갖 첨단 기술로 뒤덮인 이 세상에서 사람들과 더 근원적인 수준의 관계를 유지하려는 무의식적 안간힘(키포크 1: 75)”이라고 스스로 평하기도 한다.

이러한 친밀감은 주로 소규모 모임에서 느낄 수 있기에 키포크족들은 커다란 모임을 환영하지 않는다. “맛있는 음식과 멋진 배경음악, 진솔한 대화가 오가는 단출하고 친밀한 모임에 마음이 끌리(키포크 1: 75)”는 것이다. 정성훈(2011)은 현대 도시의 삶에서 형성된 개인주의적 삶의 양식을 옹호하면서, 이러한 개체성을 보완하는 공동체의 유형을 ‘친밀공동체’라고 보고 친밀공동체가 공공 영역에서 자본주의적인 사적 영역에 맞서는 하나의 동력이 될 수 있다고 본다.

하지만 이들을 ‘친밀공동체’나 ‘친밀성’을 중심으로 한 모임이라고 명명하기에는 이들의 교류가 사적이고 영속적인 형태로 이뤄지지 않는다는 점에서 재고할 필요가 있다. 키포크 모임은 이름에서 드러나듯 가까운 가족이나 이웃을 지향하지만, 이 친밀성은 기존의 가족이나 친구들만을 바탕으로 하지는 않는다. 오히려 키포크 정신을 공유하는 모르는 사람, “랜덤한 사람들(면접 대상자 1)”과의 만남을 통해 키포크 문화를 만들어간다.

2013년 12월 행사에 참여한 면접 대상자 6은 “이 책을 좋아하고 궁금해서 온 사람들은 뭐 하는 사람들일까” 궁금증이 앞서면서도 “잘 모르는 사람들끼리 밥을 먹는”데 “뭐 할 얘기가 있을까” 우려가 되기도 했다고 말한다. 행사 참여에 대해 신기했던 경험이었으며 결국에는 직업군이나 개인적인 성향, 삶에 대한 가치관들이 비슷한 사람들이 모인 자리였다고 회상했다. 면접 대상자 11의 경우도 모임 당시의 분위기에 대해 처음 만나는 사람들임에도 불구하고 “어색하거나 한 건 전혀 없었던 것 같아요. 혼자 갔을 때 뻘쭙하지 않을 것 같은 편안한 분위기”였다고 이

야기했다. 키포크 비공식 모임의 후기에서도 당시 “마치 예전에 어디선
가 봤던 사람인 것처럼” 친밀한 분위기를 찾아볼 수 있다.

우리는 우리를 만났다. 마치 예전에 어디선가 봤던 사람인 것처럼.
인사를 하고 웃는 모습 속에 어제의 내가 보이는 순간. (...). 오늘
만난 그녀의 미소. 그가 가져온 음식의 맛스러움. 살포시 내려 놓은
꽃다발의 색깔. 부드러운 향이 있는 좋은 과일. 나를 잠시나마 행복
하게 해줄 모든 것이 지금 내 눈 앞에 있다. (면접 대상자 1)

이는 여행자들 간에 맺게 되는 여행 공동체에서의 관계를 분석한
Wang(1999)의 논의와도 연관된다. Wang에 따르면 여행에서 중요한
것은 대상이 아니라 대상을 여행자들과 함께 나누는 것이다. 예를 들어
가족 투어는 진정한 공통감과 우리라는 관계를 맺기 위한 좋은 기회가
된다. 가족과 같이 가까운 관계가 아니더라도 여행 중에 만나게 된 사
람들은 집중적인 시간 동안 강렬한 사교성과 감정을 공유한다. 키포크
모임 역시 애초에 존재하는 친밀성이 중심이 되는 것이라기보다는 특정
한 문화를 즐기는 이들이 친밀성을 공유하는 모임이 된다.

따라서 키포크가 지향하는 가치를 ‘친밀공동체’라기보다는 ‘친밀한 분
위기’로 파악하고자 한다. 기존의 모임이 뚜렷한 가치관이나 친밀성 등
을 중심으로 형성되었다면 키포크 모임에서 무슨 이야기를 나눴는지,
특정 모임이 무엇을 지향할 것인지, 무엇을 위한 모임인지는 크게 부각
되지 않는다. 식사와 좋은 시간이 진정한 자아를 위해 얼마나 소중한지
두루뭉술한 ‘분위기’를 통해 강조된다. 또한 이러한 경험은 일시적으로
끝나는 것이 아니라 지속적인 만남과 공간의 형성을 통해 이뤄져야 한
다. 키포크적인 시간과 공간이 주어진 것이 아니라는 점에서 키포크적
인 ‘분위기’를 만들어가는 것이 이들이 소박함을 추구하는 데 있어 중요
하다고 볼 수 있겠다.

비공식 키포크 서울 모임을 제안하고 진행한 면접 대상자 1은 외국에
서 오랫동안 생활하고 한국에 들어왔다. 한국에 와서 “친구도 없고 연

구실에만 있으니까 사람을 만나고 대화를 하고 싶은데” 무언가 같이 할 일이 있거나 목적이 없으면 만남을 갖지 않는 분위기에 놀라게 됐다. “뭔가를 해야한다는 강박관념”을 해소하고 “색막하지 않은 장소나 느낌을 공유할 수 있으면 무언가를 하는 것이 중요지 않”으며 “소소한 것에 대한 행복을 느껴갈 수 있을” 것이라고 생각하고 온라인 사이트 위즈덤 등으로 모임을 만들거나 사적으로 친구들 모임을 만들기 시작했다. 여기에 예전에 알고 있던 키포크 문화를 활용해서 모임을 해보자고 생각하게 된 것이다.

한국에서의 모임의 흐름은, 공감하는 것의 흐름은 예전에는 물건을 가져야한다는 것이 기초적이었던 것 같아요. 그 이후에는 같은 취미를 가져야한다고 넘어왔고. (...) 같이 행동을 한다로 넘어와서. 같이 캔들을 만든다든지, 같이 간다든지. 그 다음은 사람 쪽으로 넘어오는 것 같아요. 사람을 중심으로, 그 사람한테 뭔가 듣고 싶은 사람들이 모이는 것 같고. (...) 무형적인 것, 분위기라고 할까. 거기 가면 뭔가 있을 것 같은. 그런 것을 만들고 싶었죠. (면접 대상자 1)

면접 대상자 1은 기존의 동일한 물건과 취미, 행동을 공유하는 문화에서 이제는 “사람을 중심으로” 한, ‘친밀한 분위기’의 형성을 중시하고 있으며, 이는 키포크 문화가 지향하는 지점을 잘 보여준다.

2) 취향의 네트워크

키포크 모임에서 친밀감의 형성만큼 중요한 것은 취향의 공유이다. 취향의 공유가 친밀감 형성의 원인이 되기도 한다. 애초 모임이 지인들의 만남이 아니라 처음 보는 사람들의 만남이기 때문에 처음 만나는 사람들에게 ‘키포크 이미지와 글에 공감’한다는 것은 함께 밥을 먹으며 이야기 나눌 수 있게 하는 요인이 된다. 면접 대상자 4는 모임에서 만나는 사람들에게 대해 “취향이 비슷해서 만난 사람들”이라고 인식하고 있었

으며 면접 대상자 11은 “평범한 회사원 분도 계시고 요가 선생님도 계시고 제각각이어서 직업 때문에 이런 데 관심을 가졌다고보다는 정말 관심이 있어서 다들 모이게 되는구나 생각”했다고 한다.

제 원래 친구들은 제가 이런 거 하는 거에 관심이 없어요. 그래서 인터넷으로 모아서 하는 거죠. (...) 나는 이런 거 하고 싶은데 내 친구들이랑 못하니까 블로그를 열심히 해서 모아서 했죠. 저는 요즘 이런 사람들이랑 노는 게 더 좋아요. 요리를 다 하기 힘들면 포틀럭, 같이 사와도 좋고 만들어오면 땡큐고. (...) 서로 부담을 안 주면서 재미있게 만드는 모임? 그런 걸 하려고 해요. 사람들도 그렇게 살았으면 좋겠어요. (면접 대상자 4)

면접 대상자 4는 직접 요리를 하고 나누는 것에 관심 없는 “원래 친구들보다” 온라인에서 취향을 나누는 사람들과 노는 것이 더 재미있다고 이야기한다. 면접 대상자 11의 경우는 키포크 모임에 참여한 이후 바베큐 파티를 열었는데, 당시 모임 참여자 전원이 파티에 왔다. “파티라 하면 클럽을 빌려서 하는 파티가 많”은데 키포크라는 같은 취향을 공유하는 사람들이기 때문에 주최자의 취향에 대한 믿음을 가지고 참석한다.

그럼에도 이들을 취향을 나누는 공동체라고 명명하기에는 결속의 정도가 약하다. 면접 대상자 11은 키포크 모임 이후에도 “연락은 다들 주”고 “페이스북 친구도 됐고 설이라든지 연락도 하”고 “절친(절친한 사이)이 된 것은 아니지만” 앞으로 모임을 주최하기만 하면 모두 공통된 분야를 좋아하기 때문에 참석할 것이라고 인식하고 있었다.

3. 소박한 관계와 공동체에의 열망

1) 자아와 주변인의 행복

이들이 맺는 관계와 공동체 양상에 대해 그 지향점과 기대 지점을 통해 살펴보도록 하겠다. 면접 대상자 대부분은 궁극적인 삶의 목표에 대해 자신과 주변인의 행복이라고 답변했다.

가까운 사람과 행복하게 사는 것이 중요하고 내가 좋아하는 일을 하는 것. (...) 절대 혼자서는 행복할 수 없어요. 내 주변 사람들이 행복해야 돼요. 그러면 내가 그들을 행복하게 해줘야해요. 내가 도와주고 내가 그 사람을 행복하게 해주고 그 사람이 좋아하는 것을 내가 해주고. 그런 것에 키포크가 굉장히 잘 맞죠. (면접 대상자 3)

면접 대상자 3의 경우 나 자신과 나와 가까운 사람들의 행복을 중시하며 본인이 행복을 만들어가야한다고 보고 있다. 바쁜 일상 속에서도 시간을 내서 함께 밥을 먹고, 남들에게 보여주기 위한 겉모습이 아니라 보이지 않는 집안일과 인테리어에 신경을 쓰는 것이 그에게는 중요한 일이다. Eliasoph(1998)는 현대 미국인들의 정치적인 것에 대한 무관심을 동네 술집에서의 모임을 중심으로 분석한다. 그는 그들의 모임을 “모두가 동등한 커뮤니티”라고 분석하며 이 모임에서는 “더 넓은 세계로부터 이야기를 끌어오려기보다는 (...) 서로를 순수하고 있는 그대로의 개인으로 받아들인다.”고 말한다. 순수하고 있는 그대로의 개인이란 “사적인 사람들”로 “가장 중요한 것은 내면에 있는 것”이며 “부드럽고 쉽게 사라지는 진정한 자아는 말 속에서 표현될 수 없”다고 믿는 사람들이다. 이들은 “이론가들이 묘사하는 제한, 판단, 의무들을 피하고 싶어”하며 “모임에서 스스로를 뽐뽐하게 드러내지도 않는다(86쪽)”. 이는 키포크 모임에서 사람들이 서로에게 기대하는 좋은 사람과 열린 사람의 모습과 유사하다.

키포크 문화는 자아와 주변인의 행복을 위해 중요한 역할을 한다. 키포크 모임에 참석하거나 모임 자체에 크게 관심을 두지 않고 문화를 개별적으로 즐기는 사람들에게는 키포크 문화가 전하는 소박하고 자급자족적인 생활을 혼자 즐기는 것이 충분히 만족스럽다. 면접 대상자 11은 “그냥 내가 이렇게 살고 주변에 비슷한 사람 있으면 만족하고 또는 그

걸 보고 감화가 돼서 또 동참을 하는” 것이라고 이야기한다. 면접 대상자 2 역시 본인을 “개인주의자”라고 이야기하며 “대의에 개인이 희생되는 걸 원치 않”고 자신의 선택에 있어서 외부의 윤리 원칙보다 본인의 생각과 취향이 중요하다고 본다. (“내가 케냐 커피를 먹고 싶은데 이걸 direct trade가 아니고 이디오피아 커피는 direct trade라서 이걸 산다? 저는 그렇게는 소비를 하고 싶지는 않아요”)

면접 대상자 14는 자아와 주변인의 행복을 우선시하는 사적인 개인에 대해 2000년대 이후의 “문화산업을 주도하는 세대들의 가장 큰 특징”이라고 보기도 한다. “개인의 생존이 먼저 위태로워지면” 지역, 국가, 공동체의 문제보다는 “내가 볼 수 있는 정도 안에 있는 것들”을 어떻게 보살피고 전시할 수 있느냐의 문제가 중요해진다는 것이다. 이러한 세대의 특성은 기성 세대와의 마찰을 불러일으키기도 한다. 기성세대들이 “굉장히 크고 의미 깊고 담대한 것들을 계속 추구하고 중요시 여겼는데 하나 아래 세대들이 그걸 완전히 무시”해버려 마찰이 일어난다. 이렇듯 키포크 문화는 젊은 세대들의 “내가 볼 수 있는 정도 안에 있는 것들”을 중시하는 소박함을 잘 보여주는 매체이다.

2) 열린 사람 되기 및 만나기

키포크족들이 자아와 주변인의 행복을 중시하고 작은 규모의 모임을 선호한다면 이들은 자기 중심적이고 폐쇄적인 사람들인가? 오히려 그들이 반대하는 것은 “닫힌 마음가짐”이다. 모르는 사람과 만나도 함께 밥 먹으며 어색하지 않게 이야기를 이어나가고 즐거운 시간을 보낼 수 있는 것이 그들이 바라는 상인 것이다. 그들은 스스로가 ‘좋은’ 사람이 되려고 하며 ‘좋은’ 사람들이 모임에 나올 것이라고 기대한다. 그들은 정중하고 상냥하고 온건하고 진심 어리고 정겹다. Deresiewicz(2011)는 그들에게 가장 놀라운 점은 그들이 얼마나 좋은(nice) 사람들인가 하는 것이라고 본다. 그는 “기존의 락커들이 언성을 높이는 반항아이면서 병

적으로 자기중심적이었다면 이제 그들[힙스터]이 스스로를 드러내는 방식은 은은하고 자기를 낮추고 진실하며(post-ironic) 친환경적”이라고 규정한다. 좋은 사람이 되고 열린 사람이 되고자 하는 열망과 더불어 그러한 타인을 만날 수 있을 것이라는 기대가 이들로 하여금 모임을 지속할 수 있게 한다. 한국과 같이 처음 만나는 사람과 이야기를 나누는 파티가 익숙하지 않은 문화에서 이는 더욱 중요한 요인이다. 비공식 모임을 주최한 면접 대상자 1은 앓은뱅이 의자를 차에 싣고 다니면서 “나는 토요일 날 그 시간에 항상 그곳에 있을 것이다. 관심 있는 사람은 오면 되고, 그냥 뭐할 것 없는 사람, 지나가는 사람 들르면 되고, 하는 느낌”을 가지고 있었다고 말했다. 면접 대상자 10 역시 “남녀노소 상관 없이 친구가 되고 편하게 자기의 의견을 공유하는” 분위기에 대해 이야기했다.

히피의 사랑, 비트족의 황홀경, 펑크족의 격분, 슬래커족의 무관심과 불안이라는 정서에 비교해보면 키포크족의 정서는 보다 ‘소박하다’. 키포크족은 모두를 사랑할 만큼 열렬하거나 자신의 구원만이 가장 중요해 안으로 침잠하거나 타인에게 분노하고 파괴를 일삼거나 세상으로부터 단절돼 있지 않다. 그들은 타자에 대해 적당한 관심과 거리감을 가지고 있으며 언제든 친절을 베풀 준비가 돼있다.

이는 그동안 하위 문화가 가지고 있는 대중에 대한 태도와 뚜렷이 구분된다. 기존의 하위문화는 “저항하는 자아(the opposing self)”(파운틴, 2003:362)를 상정해왔다. “저항하는 자아”란 “자아가 자리하고 있는 문화에 대한 그것의 강렬한 적대적 상상력”으로 특히 대중문화나 주류 문화에 대한 반감으로 나타난다. 자신과 삶의 진정성(authenticity)을 지키기 위해서는 대중과 거리를 두고 이를 비판적 시각에서 바라보아야하는 것이다. 그에 비해 키포크 문화는 대중 문화에게 특별히 적대감을 가지지 않는다.

그들은 스스로 배타적인 공동체를 지향하거나 규범을 제시하지 않는다. 오히려 이들은 더 많은 이들이 이러한 문화를 누리기를 바란다. (다만 누구나 이 공동체에 참여할 수 있지 않고 여유로운 라이프스타일

을 따를 수 없다는 점에서 그 자체로 배타적으로 작용할 수 있다.) 이들은 대안적인 라이프스타일을 제시하면서도 기존의 사회 규범과 정면으로 충돌하지 않는다. 또한 키포크 문화는 미지의 외부 세계나 신비로운 자연을 그 배경으로 두지 않는다. 자급자족적이고 친자연적인 삶을 지향하면서도 오히려 도시 안의 일상과 대중 속에 스며들어 있다.

3) 소집단들의 자생적 조화에 대한 믿음

자아와 주변인의 행복을 추구하면서도 열린 사람이 되고자 하는 이들의 공동체는 어떠한 모습을 보이는가? 먼저 키포크 문화에서는 작은 규모의 키포크 모임에서 볼 수 있듯 큰 규모의 모임에 대해서는 거의 다루이지 않는다. 키포크 본사는 모임의 참가 인원을 4명에서 20명 사이로 권고하고 있다. 꾸준히 독립 출판물을 다뤘은 책방 주인의 경우 키포크가 특정 범주 내에서 가장 중요한 사건이나 사물을 다루지 않고 작은 규모에 집중한다는 점과 사람들의 모임에 집중한다는 점에서 다른 출판물들과 차별화되었다고 본다. 그 중 사람들의 모임에 대해서는 본인들의 “커뮤니티 안에서 해소될 감정들을 다룬다(면접 대상자 14)”고 이야기한다.

노리토시(2015)의 경우 절망의 나라의 행복한 젊은이들에 대해서 ‘자기 충족적(consummatory)’이라는 개념을 통해 설명한다. ‘자기 충족적’인 젊은이들은 “지금 여기”라는 신변에서 가까운 행복을 소중히 여기고 “어떠한 목적을 달성하기 위해 매진하는 것이 아니라, 동료들과 어울려 여유롭게 자신의 생활을 즐”(136쪽)긴다. ‘자기 충족적’인 젊은이들은 노동 환경이 불안정하고 자신이 속해있는 사회가 불합리하고 자신의 삶이 불안하더라도 자신들이 머물고 있는 소집단에 만족할 수 있다. 자신이 속한 소집단에서 구성원들은 자신을 인정해주고 나도 타인을 인정하면서 상호 승인으로부터 오는 위안을 나눈다. 따라서 젊은이들은 “사회”라고 하는 ‘커다란 세계’에는 불만을 느끼지만, 자신들의 머물고 있는 ‘작은 세계’에 대해서는 만족”하며 소집단 내에서 치유를 얻

는다.

저는 political한 차원이 아니라 개인적 차원의 삶을 중시하는 사람
이에요. 공동체 이런 말에 크게 공감하지 않아요. 공동체보다는 저는
친구고 가족이에요. 공동체 주거(...)보다는 가까이 살면서 왔다갔다
하고 먹는 것도 나눠먹고. (...) 가까이에 있는 것을 먼저 챙기는 삶
을 지향을 해요 저는 개인적으로 멀리 아프리카에서 힘든 아이들을
돕는 것도 굉장히 중요하다고 생각해요. 그런 사람도 있는가하면 나
같은 사람도 있는 거라고 생각을 해요. 나는 주변 사람들을 챙기는
것이, 내가 가깝게 내가 친구라고 생각하고, 내 동생/언니라고 생각
할 수 있는 사람들과 조금이라도 밥을 같이 먹고. (면접 대상자 3)

면접 대상자 3은 자신의 주변에 있는 사람들을 챙기고 함께 밥을 먹는
것이 공동체라는 개념보다 본인의 삶에 가깝다고 본다. 그에게 “멀리
아프리카에서 힘든 아이들을 돕는” 것도 중요한 일이지만 본인과 같이
가까운 사람들을 먼저 생각하는 일도 중요하고 의미가 있다.

킨포크 문화가 주로 소집단에 집중을 하는 반면 킨포크 16호에서 특
집으로 다루고 있는 글은 그들이 생각하는 소집단 공동체와 사회 전체
와의 관계를 잘 보여준다. 이 글은 “나의 선량한 의지로 진정한 변화를
이끌어내기 위해, 공동체의 일원으로서 존재하고 사고하는 방법”을 탐
구한다. 이 탐구는 “과거와 다른 사회를 추구하고, 공동체의 소속 구조
를 개선할 효과적인 방안을 발견할 방법(사고방식 및 존재 방식)을 알
아내고자 하는 것(킨포크 16:57)”이다.

먼저 소집단은 “구성원 모두의 목소리를 들을 수 있는 공동체”로
3-12명의 집단이다. 이러한 소집단은 친밀감을 형성하는 데 중요하다.
공동체를 만들기 위해서는 친밀감과 유대감을 바탕으로 “구성원들이 의
무가 아니라 권유를 통해 담론에 참여”해야한다. 모두가 주인 의식을
가지고 토론을 통해 담론 구성에 참여해야하는 것이다.

이러한 소집단은 “개인과 더 큰 공동체를 잇는 다리”이다. 더 큰 공동

체에서 모르는 사람들이 있더라도 소집단을 통해 알음알음 관계를 형성함으로써 “공간 안의 모든 이들과 연결될 수 있다”. 소집단의 친밀감을 바탕으로 혼자라는 고립감에서 벗어날 수 있고 “내 의견에 동의하지 않더라도 - 최소한 내 생각을 이해해주는 타인이 있다는 발견”을 통해 소속감을 가지게 된다. 모임과 집회를 가지는 것은 친밀감과 진정성을 강화하는 데에 중요하다.

변화가 시작되는 곳은 소집단이며 중요한 사회의 변화는 “여러 소집단이 변해서 더 큰 변화를 이룰 때 일어난다”. 더 나은 미래의 모습을 그리는 모임 하나 집회 하나하나가 “상황을 변화시키고, 유대감을 쌓고, 새로운 담론을 도입할 수 있”다. 이러한 현상이 보다 큰 공동체 내에서 동시에 발생할 때 사회는 변화한다.

더불어 공동체적 변화에 있어서 “시민 각자의 다짐”과 공공적인 선언은 주요한 역할을 한다.

자기회복적 사회를 건설하는 데 필요한 것은 경제적 풍요, 정치적 담론, 지도자의 역량이 아니다. 자신의 공과를 인정하고, 겸허해지고, 책임을 택하고, 더 나은 미래를 만들어나가겠다는 시민 각자의 다짐이 필요한 것이다. 중요한 순간에 같은 목표를 공유하는 타인 앞에서 공공적으로 변화의 가능성을 선언하는 것이야말로 공동체적 변화의 필요 불가결한 요소이다. (킨포크 16:59)

킨포크는 체제 전복이나 위협을 꿈꾸지 않는다는 점에서 반문화와 구분된다. 그럼에도 키포크 문화에서도 반문화가 상정하고 있는 ‘자생적 조화’를 살펴볼 수 있다.

집단행동의 문제는 문화가 깊숙한 곳까지 변모된 덕에 그냥 사라진다. 칼렌바흐는 무엇보다도 세 주의 모든 인민들이 갑자기 히피의 이상에 열렬히 헌신하는 세상을 상상한다. 그런 까닭에 많은 사회적 갈등이 저절로 소멸된다. (히스, 2006:410)

소집단들은 “개인과 더 큰 공동체를 잇는 다리”이며 여러 소집단의 변화로 대규모의 변화가 일어난다. 집단행동의 문제는 제기되지 않으며 “시민 각자의 다짐”으로 더 나은 미래가 찾아온다.

V. 소박한 대안의 추구

1. 대안적 삶으로서의 소박함의 추구

1) 정치적 목소리와 사회 운동으로의 기대

한편에서는 키포크 문화가 대안적인 삶의 방식을 보여주는 사회운동으로 발전할 것이라는 기대도 존재한다. 친환경적이고 자급자족적인 문화에 대한 진보주의자와 보수주의자의 관심을 예로 들 수 있다. “소비주의와 경쟁적인 문화에 대해 반발”하는 진보주의자와 “세속화되고 죄악이 가득한 세상에 대해 반발”(맷차 2015:351)하는 보수주의자들이 모두 소박한 문화에 관심을 가지고 있다는 것이다. 진보주의자는 소비주의와 경쟁 문화에 대한 반대로 보다 적게 쓰거나 자급자족하는 소박함을 꿈꾸고 보수주의자는 보다 ‘순수한’ 활동을 하는 소박함을 꿈꾼다. 이들은 서로 다른 사고방식을 통해 공통된 관심사와 결론에 도달했다.

음식에 대한 관심은 환경과 대기업의 유통 판매 방식에 대한 인식으로 이어진다. 〈키포크〉 10호에서 소개된 ‘세 파니스’의 운영자는 ‘포크로 투표하기’를 언급하며 “음식을 통해 사회의식, 환경의식을 고양(18쪽)”시키는 법에 대해 이야기한다. 그는 “농약을 쓰지 않고 제대로 채소를 기르려고 애쓰는 사람들에게 힘을 실어 주고, 유전자변형 작물을 개발하는 〈몬산토Monsanto〉 등의 대기업은 지구, 환경, 사람들의 수명 따위는 신경 쓰지 않는다는 것을 깨달아야”한다고 말한다. 〈키포크〉 2호에 소개된 요리사 그레고리 마르샹 역시 “요리란 오늘날의 세상에 외치는 정치적 목소리(키포크 2:28)”이며 “지역 산물을 구매하고, 제철에 맞는 산물을 구매하는 것만으로도 세상을 변화시킬 수 있”다고 본다. “착한 재료” 구매를 통해 불합리한 유통 판매를 막을 수 있다는 것이다. 12호에서는 바다의 오염을 막기 위해 천연 바다소금을 사고 정어리, 멸치, 청어를 먹을 것을 제안하기도 한다. 저렴한 산업용 소금은 인공적

으로 습지를 없애고 만든 연못에서 만들어지며 환경을 오염시키는 방식으로 채취되며, 참치, 황새치, 농어 등은 ‘정점 포식자 어류’로 많은 수요가 생기면 바다 생태계를 파괴할 수 있기 때문이다. 음식점 메뉴판에는 사용되는 야채의 재배 농장 이름까지 적혀있다.

면접 대상자 3의 경우는 최대한 동네 시장에서 장을 본다. 대기업들은 “값싼 재료를 구하기 위해 어떤 일이라도 할 사람들”이기 때문에 큰 유통회사를 거치지 않는 시장에서 최대한 식재료를 구하려고 한다. 그는 공정무역을 지지하는 카페에서 원두를 구매하기도 한다.

킨포크 문화의 사회 운동적인 성격은 현실 정치와 직간접적으로 연관을 맺으며 이데올로기가 중심이 되기보다는 자신이 먹는 음식과 삶의 방식에 대한 관심이 주를 이룬다. 보다 건강하고 신선한 재료를 얻기 위한 노력이 대기업의 유통 판매 구조에 대한 비판적 인식으로 발전하고, 친환경적인 재료를 제공하는 이들에게 힘을 실어주는 것으로 발전하는 것이다. 더 나아가 <킨포크>는 “미시금융, 협동조합, 푸드허브, 걸어서 갈 수 있는 거리 안에 있는 공동체를 통해 자족하는 생활 등”(16호)의 대안 경제의 가능성을 보고 있기도 하다.

2) 대안적 삶의 방식으로 소박함의 실천

소박함의 실천은 대안적인 삶의 방식의 실천으로 여겨지기도 한다. 근대를 지배해온 “성장, 확장, 기동성, 신기술”에 대한 열광 대신 “작은 것이 거대한 것을, 느림이 빠름을, 적음이 많음을 대체(16호)”하는 삶의 방식을 실천한다는 것이다. 이에 대해 ‘lifestyle movement’이라는 명칭이 생기기도 했다.

면접 대상자 3은 “오래 전부터 의식한 것은 아니지만 이런 삶 속에서 살았고 (...) 이런 소박한 미학을 갖는 것이 counterculture로 굉장한 의미가 있고 자본주의의 모순점에 맞설 수 있다고 생각”한다. 더불어 대안적 삶의 방식은 옳은 것에 대한 지향일 뿐만 아니라 즐거움과 미, 진정성을 추구하는 것이기도 하다. 키포크 관련 행사를 주최하며 더 많

은 사람들과 공유하고 싶어하는 면접 대상자 4는 이러한 활동을 통해 “한국이 좀 더 재미있고 아름답게 살았으면 좋겠”다고 말한다. 면접 대상자 11은 외국에서 생활하다 귀국한 뒤 한국의 정형화된 웨딩 문화에 충격을 받고 소규모 웨딩 문화에 참여하고 싶어 웨딩 플래너 사업을 시작했다. 이를 통해 그는 부부의 개별화되고 특수한 이야기를 결혼 예식에 담아낼 수 있었다고 평했다.

대안적 삶의 방식을 이야기할 때 앞서 키포크 문화의 한 주체였던 주부의 영역에도 주목할 필요가 있다. 여성들의 ‘가정 회귀’는 전통적인 페미니스트들의 믿음과 다른 모습을 보여준다. 예전에는 “유리 천장을 깨고 나가거나 도금된 새장을 받아들이는” 선택지만을 가졌던 여성들은 이제 자발적으로 집으로 돌아간다. 엄마 세대가 “우리가 몇 십 년에 걸친 투쟁 끝에 이룬 것을 딸 세대가 후퇴시킨다”⁶⁶⁾고 혀를 차는 동안 젊은 세대들은 이것이야말로 진정한 혁명이라고 이야기한다. 여성 본인의 수입이 있어야 주체적인 삶이 가능하다는 전통적 페미니스트의 주장에 그들은 고소득을 올릴 능력을 가지고 있지만 전근대적인 직장에 다니거나 불경기로 직장을 구하지 못하는 여성과 현재의 행복을 챙기며 자급자족할 줄 아는 여성 중에 누가 더 주체적인 삶에 가까운 것인지 되묻는다. 그들은 더 많은 풍족함을 원하기보다 어떻게 현재 가진 것을 풍족한 것으로 만들 것인지 고민한다.

여성들의 가정 회귀 현상은 (...) 일종의 보호 본능이다. (...) 세계 경기는 회복될 기미가 안 보이고, 결혼생활과 일을 병행하기 위해선 전보다 훨씬 많은 돈이 든다. 일터는 여전히 전근대적인 사고방식대로 움직이는 데다 노동자의 건강한 삶 대신 보다 많은 이윤을 택한 기업이 소비자의 안전한 먹거리 따위에 관심이 있을 리 없다. IMF와 글로벌 금융위기를 거치는 동안 평생 직장의 개념도 사라졌다. 그뿐인가? 환경은 병들어가고 스트레스 지수는 높아져만 간다. 출장에서 돌아온 지친 새벽, 트렁크를 정리할 새도 없이 학교에 갈 아이들의 준비물을 챙기고, 어질러진 집안을 치우느라 허둥대던 직장 여성들은

66) “고액연봉보다 살림...집으로 돌아온 그녀들”, <중앙일보>, 2015.03.07.

알 수 없는 미래를 위해 현재의 행복을 담보로 맡기는 건 어리석은 짓이라고 판단했다. 이제부터라도 모든 걸 제 손으로 해결하기로 결심한 것이다.⁶⁷⁾

이러한 여성들을 일컬어 ‘페미보어(femivore)’라는 용어가 등장하기도 했다. 페미보어는 가정에서 집안일과 가족 돌보기를 하기로 ‘선택’한 여성을 말하며 이들은 가능한 한 직접 농사를 짓고 자신이 키운 음식을 먹는 것을 원칙으로 삼는다. 페미보어의 지향점은 개인의 주체적 삶과 위안에서 더 나아가 근대 문화 전반에 대한 회의로까지 이어진다. 업스테이트 뉴욕에서 가축을 기르는 여성 농부이자 *Radical Homemakers*의 저자인 샤논 헤이즈는 “가족들에게 깨끗하고 맛있는 음식을 먹이고, 탄소배출량을 줄이고 무분별하게 소비하기보다 지속가능한 생산을 하는 것. 이것보다 더 중요하고 흐뭇하고 도덕적으로 옹호 가능한 것이 있겠는가?”라고 질문하며 “소비 문화를 포기하고 스스로 지속가능하고 노동과 생활의 중심이 양성 모두에게 있는 가정이 존재하는 전-산업주의로 돌아가는 것”⁶⁸⁾을 그녀의 목표로 삼는다.⁶⁹⁾

직장 생활을 하다 아이를 키우며 종종 일을 하고 있는 면접 대상자 9의 발화로부터도 이와 비슷한 맥락의 이야기를 들을 수 있었다.

집에서 살림만 하던 여자 같으면 하다 못해 슈퍼마켓 캐셔 일을 하더라도 밖에서 돈을 벌어오는 게 성취감이겠지만, 평생을 ‘그래, 공부만 잘하고 일만 열심히 하면 행복할 거야’라고 은연 중에 주입이 돼서 살아온 사람한테는, 엄마는 나한테 밥하는 것 안 가르쳐 줬고 ‘너는 이런 거 몰라도 살 수 있는 사회다’라고 생각하고 컸는데 딱히 공부 잘

67) “부엌으로 간 페미니즘”, <VOGUE>, 2015.05.26.

68) *The New York Times*, 2013.

69) 물론 한국에서 여성 위주의 키포크 문화는 페미보어 문화의 초기 단계일 뿐이며 ‘가사일로의 회귀’는 하나의 유행으로 끝날 가능성과 집안으로의 도피의 가능성을 가지고 있다. 계층의 문제와 경제적인 독립의 중요성을 간과하고 집안의 변화가 집밖의 변화도 불러일으킬 것이라는 환상을 가지고 있는 것이다.

하고 회사에서 일 하고 돈 벌어도 그렇게 행복하지 않았던 사람들이
내 손으로 뭘 해서 먹으면 행복하잖아요.(면접 대상자 9)

면접 대상자 9는 어린 세대가 가르쳐온 것처럼 자신은 여성이 사회에서
경력을 인정 받고 경쟁에서 승리하면 행복한 세상에 살 것이라고 생각
했으나 실제로는 내 손으로 무언가 했을 때 얻는 행복감이 더 크다고
이야기한다.

3) 고정된 슬로건과 강요에 대한 거부감

자신이 먹는 음식과 삶의 방식을 통해 사회 변혁을 바라는 이들은 문
화를 통해 정치적인 것에 접근한다. 논리적이고 구체적인 말보다 강렬
한 이미지가 공감을 불러일으키고 문화적인 흐름에 동참하게 한다.
Lifestyle movement는 사람들의 다양성을 인정하고 고정된 슬로건을
내세우지도, 강제성을 가지고 있지도 않다. 이들은 삶의 일부로서 사회
의 변혁을 기대한다. 포틀랜드와 관련된 책을 출판한 면접 대상자 13의
꿈은 10대 남자 청소년들의 감수성을 키워줄 수 있는 잡지를 만드는
것이다. 그는 한국의 일베 현상이나 여성 혐오 문화가 일정 부분에 있
어 패션이나 라이프스타일 잡지를 읽고 기르는 감각과 감성의 부족에
기인한다고 보았다.

킨포크 문화를 향유하는 사람들은 이를 즐기고 좋아하면서도 정작 킨
포크의 정체성을 규정하는 데 있어서 주춤거리거나 경계하는 태도를 보
였다. 면접 대상자 10은 킨포크 문화가 “특정한 라이프스타일을 지향한
다고 하지만 한편으로 어떠한 것도 지향하지 않는 듯”하고 “폭이 넓고
색깔이 강하지 않”아서 오히려 매력적이라고 이야기한다. 면접 대상자
12는 킨포크 문화가 확산된 이유를 묻는 질문에 대해 “이렇게 살아보
는 건 어때?” 하며 쿨하고 가볍게 킨포크 문화를 보여줄 뿐이지, 선전
선동하거나 캠페인성 구호를 남발하지도 않”는다고 “그런 접근방식 자체
가 오히려 사람들에게 거부감 없이 받아들여지게 되는 데 일조”했다고 답

변했다.

면접 대상자 14는 대안적이라는 규정에 대해 부담스러워하는 모습을 보였다. “전세계의 문화나 사회가 분화되는 중”인데 “소형의 것이 대형의 것의 대안일 수는 없”고 “다만 그 분화에 바로바로 작동하는 젊은 계층들이 새로 태어난 것뿐”이라고 말한다. 예를 들어 소박한 문화의 대안성을 지나치게 강조하면 이 문화 내부에 있는 비체계성이 문제가 되거나 약점이 된다. 소단위가 대단위보다 대안적이라면 ‘재난’이 닥쳤을 때 대형적으로 이에 대한 해결책을 제시해야하는데 소형의 것들에게는 한계가 존재하기 때문이다.

2. 소박함의 대형화

1) 키포크 스타일의 유행

키포크 문화에 대한 관심이 높아지면서 점차 키포크 단어는 스타일과 함께 붙어 사용되는 모습을 보인다. 백화점 문화센터에서는 키포크 관련 강좌를 개설⁷⁰⁾했으며 키포크족을 위한 의류, 음반 등이 출시⁷¹⁾됐다. 소규모 결혼식과 키포크 주거 공간, 키포크의 이름을 딴 카페⁷²⁾ 등이 생겨나기도 했다.

출판계에서도 키포크의 유행 이후에 실용서들은 “감성을 테마로 한 취미의 발견 식(면접 대상자 13)”의 이름을 달고 발간됐다. 면접 대상자 중 한 디자이너 경우에는 표지의 레이아웃이 키포크화되는 경향에 대해서도 지적했다. 아래의 사진은 그 사례들이다.

70) “롯데백화점, 현대백화점, 신세계백화점 “백화점 문화강좌에도 ‘키포크’가 뜬다”, 연합뉴스, 2014.07.24.

71) “키포크족을 위한 라이프 스타일 아이템은?”, 아크로팬, 2014.08.25.
“여유로운 삶 공유하는 ‘키포크족’ 위한 아이টে에 주목하자”, bntnews, 2014.08.22.

72) 분당에 〈키포크바이포틀랜드〉 카페가 문을 열었다.

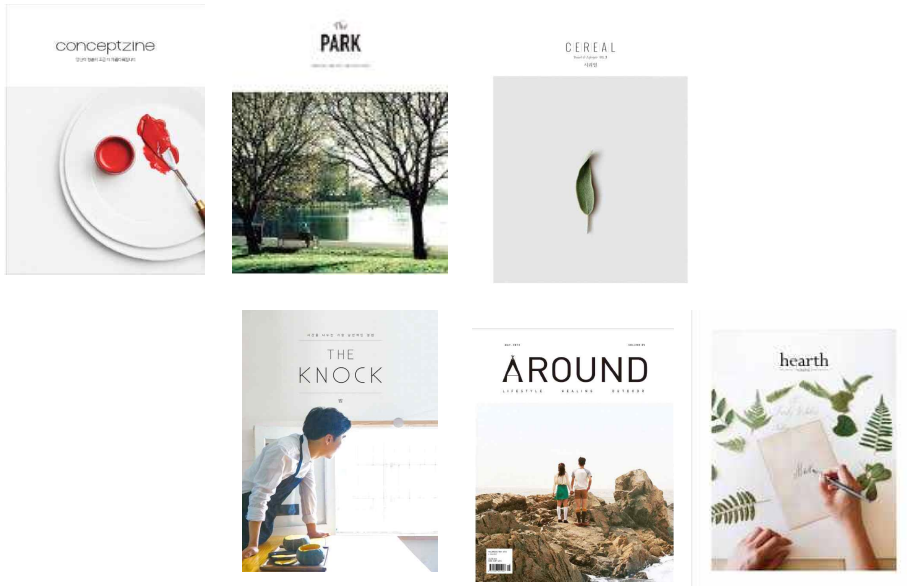


그림 15 잡지 표지 레이아웃의 키포크화

이처럼 키포크 문화가 대중적으로 알려지고 주목을 받으면서 빠른 소비를 위해 미적인 가치는 더 중시되었다. Lifestyle 중 생활(life)의 비중은 줄어들고 스타일(style)에 초점을 맞추게 된 것이다. 면접 대상자 4는 동일한 문화라도 “엄마아빠들은 시장 가면 좋아라고 얘기해주는데 그건 안 들리”고 “이효리 같은 트렌드세터 애가 나 제주도에서 이렇게 편안하게 살아, 라고 하니까 동경”한다고 이야기했다. 생활의 변화는 느리지만 스타일의 변화는 빠르게 받아들일 수 있고 모방 가능하다. 파운틴(2003)은 쿨의 미학에 대해 ‘대중적 모더니즘’이라고 정리한 바 있다. 쿨은 “일과 가족 중심의 진부한 삶을 영위하면서도 입맛에 맞게 상품화된 문화에 불만을 품는 수많은 사람들에 의해 하나의 미학적 스타일(아직 라이프스타일은 아니지만)로 인정받게 되었다.” 남들과 동일한 일을 하고 동일한 집에 살지만 자신의 개성을 살려줄 수 있는 미학적 스타일의 발견이 중시된다. ‘대중적 모더니즘’에서 1960년대 추상표현주의는 “스웨덴 부엌기구나 형형색색의 플라스틱 가구나 복잡한 이음매 구조의 호마이카 탁자로써 적당히 희석”⁷³⁾된다. 포시즌 식당에 자신의

그림이 걸리는 것을 반대했던 로스코의 추상표현주의는 이제 이케아의 가구 안으로 들어온다.

막돼먹은 영자씨에서 못생긴 건 다 갖다버려, 이쁘지 않은 건 다 버려[영화 〈친절한 금자씨〉 대사: "이빠야 해.. 뭐든 이쁘게 좋아"] 딱 그것처럼. 직접 음식 해먹고 억지로 꾸민 것 싫고 소박하게 이걸 지향하지만 그 와중에 구질구질하고 못생긴 건 못 견디는. 그러니까 정치적으로 녹색당, 환경을 생명 같이 아는 사람들이나 생협 운동하는 분들하고는. 그 분들은 솔직히 비주얼은 마지막 관심인 거고. 킨포크는 아만 소박하고 자연으로 돌아가고 옛날 방식의 흙을 밟으면서 하지만 비주얼이 후지면 안 되는 사람들인 것 같아요. 저만 해도 말은 이렇게 하면서도 농사를 짓는다고 치면 이쁜 게 생긴 장화는 어디 가서 사나. 헌터 같이 된장녀스럽지도 않아야 되고 수산시장 장화보다는 이빠야 되고 이거 어디 가서 사야되나 생각부터 할 것 같거든요. (면접 대상자 9)

면접 대상자 9는 “못생긴 건 다 갖다버려”라는 대사를 인용하면서 사람들은 생활의 근본적인 변화를 갈망하지만 일단 미적 기준이 충족되지 못하면 관심을 가지지 않는다는 점을 지적한다. 몸과 마음의 수련을 위한 요가를 시작하기 전에 예쁜 요가복을 먼저 구매하고 맛있는 요리를 만들기 전에 귀여운 요리 도구를 구매한다. 반면 기존의 사회운동 또는 정치 세력에 대해서는 미적인 기준에 대해 신경 쓰지 않는 사람들로 인식하고 있었다.

사실 저는 이미지를 추구하는 것이 제 삶의 방식인 것 같아요. (...) [〈킨포크〉가] 〈보그〉 내지는 〈코스모폴리탄〉 같은 패션지랑 어떻게 보면 별반 다르지 않을 수 있다고 생각도 많이 했거든요. 패션 잡지들도 사실 미학적이고 하이 패션도 많이 싣고 있고. 예술적인 가치에서 패션에 접근하고 있지만, 그걸 보는 거기에 나와 있는 옷을 절대로 살 수 없는 사람들이 그 잡지를 많이 소비하고 있잖아요. (...) 눈

73) 파운틴, 2003, 146쪽.

으로는 굉장히 보기 좋고 생각했을 때 굉장히 아름다운 이미지들인데 사실 그걸 보고 있는 사람 입장에서는 계속 괴리감을 느끼게 하는 대상인 것 같다는 생각이 많이 들었어요. (...) 저는 <보그>에 나오는 옷을 입으면서 소박하게 살고 싶어요. (면접 대상자 5)

면접 대상자 5는 키포크 문화가 하나의 스타일로 미학화된 지점에 대해 이야기했다. 그는 애초 소비 중심적이지 않은 (느낌을 주는) 키포크 문화를 인정하면서도 이미지를 소비하는 사람에게 “괴리감을 느끼게 하는 대상”이라는 점에서 기존 대중 잡지와 <키포크>가 크게 다르지 않다고 보기도 했다. 더불어 그는 그의 욕망에 대해 “<보그>에 나오는 옷을 입으면서 [[키포크]처럼] 소박하게” 사는 것이라고 말한다. 이 때의 <보그>와 <키포크>는 모두 아름다운 이미지로 작용한다.

<키포크> 잡지는 그 안에 담긴 내용뿐 아니라 잡지 그 자체로도 소비되었다. <키포크> 잡지 안에 있는 내용을 따라함으로써 키포크 문화를 소비할 수 있는 것이 아니라 <키포크> 잡지 표지를 세워둠으로써 문화를 소비할 수 있다. <키포크> 잡지 표지 자체가 하나의 소품으로써 “새로운 문화를 흡수하고 있다는 표상처럼 보이기도(면접 대상자 14)” 한다는 것이다. 잡지 안에 있는 글과 이미지를 보지 않은 상태에서도 키포크 표지는 우아하고 세련된 삶의 느낌을 제공한다. 실제로 온라인 쇼핑몰에서는 모델들이 <키포크> 잡지를 들고 있거나 배경으로 하고 서 있는 사진들을 발견할 수 있으며 각종 SNS에서 <키포크> 잡지 표지와 음식 또는 커피를 함께 찍은 사진 등이 게시되었다. iconosquare을 통해 인스타그램에서 키포크 단어가 언급된 사진들을 살펴본 결과 ‘kinfolk’에 대해서는 342405건, ‘키포크’에 대해서는 17701건이 검색됐다. Kinspiracy 사이트는 인스타그램에서 사용자들이 얼마나 키포크를 주제로 비슷한 유형의 사진들을 올리는지 2015년 1월부터 813명의 포스팅을 정리해 두었다.

March 2015 156 posts



그림 16 인스타그램의 키포크 관련 사진 유형

정리된 사진들을 살펴보면 거의 예외 없이 위에서 사물을 바라보고 찍었으며 라떼 아트를 한 커피 잔, 단풍잎, 〈키포크〉 잡지, 자신의 발, 빨데안경 등이 반복적으로 등장한다. 이 중 〈키포크〉 잡지가 음식 옆에 소품으로 등장하는 경우를 거의 모든 게시물에서 찾아볼 수 있다. 이는 잡지 표지가 그 자체로 하나의 기표가 되어 특정한 분위기를 연출함을 뜻한다.

2) 키포크 문화에 대한 타자화

키포크 문화가 대중적으로 알려지고 확산되면서 초기 키포크 문화를 공유했던 트위터에서는 이에 대한 부정적인 언급이 나타나기 시작했다.

“먹고 마시는 음식 사진 카페 사진에 자동 매크로처럼 키포크 아파르 토멘토 어라운드를 어딘가 꼭 배치해주는 모던 여성의 인스타를 보면 가슴이 답답해져온다” (2014.10.13), “요즘 쇼핑몰 여자들에게 키포크 들고 사진찍는게 유행인가봐. 아련한 표정짓기랑. 오글오글오글” (2014.12.03), “키포크. 지겹다” (2015.01.31), “사실 키포크 스타일은 손가락질을 받을만한 스타일이 아니지만 아류들이 생기면서 어중간한 반복성에 사람들이 질려버린 듯.” (2015.02.16) “키포크, 어라운드 풍의 사진이나 구성이 많이 띄는데... 연애지침서랑 비슷한 느

깁. 본질을 가질 수 없다면 기술이나 매뉴얼이라도 쥐야지싶은. 본인은 몰라도 보는 사람들은 질린다. 한두명도 아니고.” (2015.03.16.), “킨포크 뭐 어찌라고. 그냥 허세. 한낱 유행. 이젠 별로다.” (2015.05.24), “여기서도 킨포크 스타일 그 킨포크 스타일 어우” (2015.06.21)

반복되는 킨포크 스타일에 대한 지겨움과 불만의 목소리들이 등장하기 시작했고 킨포크 스타일을 선호하거나 비슷한 모습을 보이더라도 킨포크라는 단어 자체와는 거리를 유지하려는 모습을 보였다(“킨포크 라이프스타일이신가요 - 네 굳이 따지자면 그렇지만 염두하거나 영향을 받은 사실은 없습니다” (2015.01.27)).

급변하는 유행에 대한 모방과 거리두기는 힙스터들의 숙명이기도 하다. 진짜 힙스터는 “‘힙스터’라는 단어가 나오기 무섭게 콧방귀를 뀌며 비웃어야”한다. “‘힙한 나’가 가던 카페나 퍼브에 한눈에 봐도 힙하지 않은 손님들이 오기 시작하면 ‘이곳도 이제 망했네’라며 떠”⁷⁴⁾나야 하는 것이다. 짐멜이 지적한 대로 유행은 ‘사회적 균등화 경향’과 ‘개인적 차별화(짐멜, 2005:57)’ 또는 ‘평준화 충동’과 ‘개체화 충동(짐멜, 2005:61)’ 사이에서 타협을 이루려는 경향에서 발생한다. 힙하고 쿨한 것을 누군가의 소개로 알게 되고 모방 또는 습득함으로써 균등해지려는 노력을 하는 한편 너무 많은 수의 대중이 이를 알게 되거나 ‘진정하지 못한(inauthentic)’ 방식으로 이를 소비하게 되면 다시 자신과 그들을 차별화하려는 노력을 한다. 유행은 “계층적으로 분화”되며 “상류층의 유행은 그보다 신분이 낮은 계층의 유행과 구분되고 낮은 신분의 계층에 의해 동화되는 순간 소멸된다”. 여기에서 상류층과 하류층의 구분은 더 이상 신분이나 경제적 지위 구분에 전적으로 종속되지 않는다. 이제 상류층과 하류층의 구분은 고급 취향과 그렇지 않은 취향, 문화 자본의 소유 유무 등에 따라 영향을 받는다. 높은 신분과 많은 경제적 자본을 가진 이들이 고급 취향을 가질 확률이 높으나 힙스터들에게는 네트워크

74) “힙스터 문화는 우리의 식탁을 풍요롭게 만드는가?”, <에센>, 2014.07.01.

와 정보 획득력, 감미안 등이 더욱 중요하게 작용한다. 자신이 더 나은 취향을 가지고 있다는 표식은 타인의 취향에 대한 비하와 무시를 통해 쉽게 획득된다. 〈킨포크〉 잡지를 개인적으로나 소규모 책방을 통해 구입하고 지인들끼리 킨포크 문화에 대해 이야기하는 것은 힙한 것이 되나 포털 매체나 기사를 통해 킨포크 문화를 접하고 따라하는 것은 힙하지 못한 것이다. 하루빨리 킨포크 문화를 타자화시키고 지난 유행이라고 판단하고 다음 유행을 탐색하는 것이 힙스터들에게는 중요한 일이 된다.

3) 개별적으로 소비되는 소박함

시간이 지나면서, 특히 한국에서 나타나는 킨포크 문화의 독특한 지점은 〈킨포크〉 잡지 자체와 킨포크를 둘러싼 담론이 점차 분리되고 개별적으로 소비된다는 점이다. 〈킨포크〉 잡지 자체는 동일한 내용을 다루고 있더라도 그것이 배분되는 방식과 소비, 표현되는 양상에 변화가 생기고, 〈킨포크〉 잡지는 그 변화를 통제할 수 없게 된 것이다.

〈킨포크〉 잡지는 2012년 말에는 2000부를 발행하는 잡지였으나 2013년 말에는 70,000부를 발행하는 잡지가 되었다. 미국에서는 이제 구독 외에도 반스앤노블, 아마존과 같은 대형 서점과 의류 매장에서도 잡지를 판매한다. 동일한 잡지이지만 개인 구독으로 독자들에게 다가가는 것과 대형 서점에서 다가가는 것 사이에는 차이가 있는가?

비공식 모임을 주최했던 면접 대상자 1은 킨포크에 대한 인식과 관심이 늘어나면서 자신이 “견딜 수 없는 개념이 되어버렸”다고 이야기한다. “어느 카페나 꽃혀있고, 손쓸 도리가 없”고 “개념이나 추구하는 것은” 그 대로지만 “현실로 옮기기에는” “저희가 생각하는 사소하거나 소소한 모임이 될 수가 없”다는 것이다.

킨포크 영문판 2호부터 판매를 했던 책방의 경우 소규모 독립 출판물을 발행하고 판매하는 곳이기 때문에 잡지 자체는 동일한 내용이지만 대중적으로 소비되기 시작되면서 고민에 빠졌다. 면접 대상자 14는 “소

형의 것을 나누는 소박한 문화의 콘텐츠가 굉장히, 대단히 보편적인 판매율이나 배포를 보여준다고 했을 때 우리가 다룰 필요가 있는가”라는 질문을 던지게 됐다. 발행 주체의 변화와 기업 자본 출처의 변화, 편집부의 기업화 등의 이야기를 전해 들었을 때 “이들이 안에서 다루고 있는 내용은 일관되다 하더라도 그것이 소비되는 방향이나 계층이나 사람들의 반응이 바뀌기 때문에 더 이상 서점에서 배포할 필요성을 느끼지 못하고 판매를 중단했다. 당시 판매 중단에 대한 공고도 함께 게시했다. 그럼에도 여전히 〈킨포크〉 잡지의 내용 자체는 일관된 모습을 보이고 있어 딜레마로 인식하고 있었다.

이렇게 〈킨포크〉 잡지 자체와 그것을 둘러싼 문화나 사회적 담론 사이에 괴리가 생기면서 키포크 문화의 내용 자체보다 그것이 어떻게 표현되고 소비되는지의 문제가 더 중요해졌다. 즉 〈킨포크〉 잡지를 보고 소박함을 단순히 실천하는 문제가 아니라 키포크 문화의 소박함을 어떻게 해석하고 받아들이고 표현하는지의 문제가 중요해졌다.

3. 유예되는 소박함의 실천

소박함을 추구하는 문화는 생존주의 사회라는 주어진 환경으로부터의 탈피 또는 환경에 대한 저항하는 태도를 바탕으로 한다는 점에서 지금 이곳과 다른 사회에 대한 대안을 제시한다. “미시금융, 협동조합, 푸드 허브, 걸어갈 수 있는 거리 안에 있는 공동체를 통해 자족하는 생활 등”의 대안 경제에 대해 꿈꾸고 “작은 것이 거대한 것을, 느림이 빠름을, 적음이 많음을 대체(16호:49)”하는 삶의 방식을 지향하기에 lifestyle movement의 일환으로 보고 있기도 하다. 더불어 키포크 문화로 대표되는 소박함의 문화는 짧지 않은 시간 동안 광범위한 방향에서 노출되었고 공감을 이끌어냈다는 점에서 그 대안성의 실현을 기대해 볼만하다. 그럼에도 키포크 문화는 실질적인 변화를 이끌어내는 데에 한계를 보이는데, 이 절에서는 그 원인들을 3장과 4장의 취향과 공동체

의 논의를 다시 빌려 분석하고 정리하고자 한다.

1) 소박함의 이미지와 생존주의 사이의 조화

킨포크족들은 소박함을 통해 생존주의에 저항하거나 생존주의로부터 이탈하고자 하는가? 이들은 생존주의와 거리를 두면서도 완전히 생존주의 사회에서 벗어나거나 항의를 하는 부분에 있어서는 소극적인 모습을 보인다. 소박함의 문화와 현실 사이에서 충돌하는 지점이 생기면 후자를 선택한다는 것이다.

저 같은 경우는 [킨포크와] 지향점은 같지만 극단적으로 회사를 그만 두거나 전원에 귀농을 하거나 슬로우푸드를 만드는 가게를 차려서 그런 건 개인적으로 못할 거 같고, 급진적으로 그런 식으로는 아녜요. 그래서 대안이 취미로 그나마 만족을 하는 거겠죠. 일은 현실적으로 이대로 해야 하고. (면접 대상자 10)

이렇게 다들 살고 싶은 거죠. 근데 막상 살려고 하면 불편해요. 내가 봤을 때 하루 정도? 호텔이 이렇게 돼있거나, 여행 가거나. [킨포크적인 삶을 지향하시는 분들과 제가] 얘기를 해봐요. 좀 즐기려고 하지 그렇게 살라면 살지는 못할 듯해요. (면접 대상자 4)

면접 대상자들은 자신의 삶에서 키포크 문화와 같은 지향점을 가지고 있지만 그것이 기존의 삶을 온전히 탈피하는 것을 의미하지는 않음을 인식하고 있다. “극단적으로” “급진적으로” 변화를 기대하지는 않으며 이때 소박함의 가치는 취미생활에서 충족되거나 여행 등을 통해 즐기게 된다. 이는 “극단적”이고 “급진적”인 변화에 드는 비용과 결과에 대한 책임이 온전히 개인에게 지워지기 때문이기도 하다. 면접 대상자 6은 자신의 인생에서 커다란 변화를 단기간 내에 이루지 못하는 원인에 대해 사회구조의 문제를 지적하면서도 “이런 거는 너무 남 탓을 하는 건가? 내가 결정하면 되는 건데. 내가 솔직히 매달 받는 몇백만원 월급 포기

하고. 내가 개척해서 살면 되는데 너무 반사회적인 생각을 갖는 게 아닌가?”라고 자문하는 모습을 보였다.

이미지와 실제 삶 사이의 괴리는 개인에게 갈등을 일으키기도 한다. 면접 대상자 5는 동생과 함께 원룸에 살면서 주말과 새벽까지 이어지는 근무에 집안일은 거의 할 수 없는 본인의 주거지와 키포크 이미지를 볼 때 느껴지는 괴리감에 대해 이야기한다. 이미지가 “너무 좋다 하는 순간 내 방을 봐요. 그럴 때 좀 비참하다는 생각까지 들 때가 있”다고 말한다. 그러나 대부분의 경우에는 이미지와 실제 삶 사이의 괴리가 분노나 갈등을 일으키기보다는 위안을 제공한다. 소박함의 가치는 아름다운 이미지로 남아 생존주의라는 현실에 남아있는 이들에게 위안을 준다.

보통은 제주도나 시골로 아예 이주하지는 못해요. 큰 용기가 필요하거든요. 그러니 대부분 사람들의 마음속에는 아마도 키포크스러운 삶에 대한 강한 로망이 있을 거예요. 물론 키포크 현상이 그런 갈등을 원천적으로 해소해주지는 않겠지요. 하지만 직접 키운 허브로 만든 티를 마시고 그 순간을 SNS에서 공유하면서 소박한 자연주의를 일상에서 실현하며 일종의 위안을 얻는 거죠. (면접 대상자 12)

소박함의 아름다운 이미지와 생존주의라는 현실 사이의 갈등 및 조화는 김멜이 유행에 대해 논의하며 언급한 주체와 객체의 불일치 문제와도 맞닿아있다. 김멜(2007:96)은 “유행이 바뀔으로써 주체와 객체를 일치시키려는 내적인 전유과정과 정착과정이 중단된다”고 본다. 유행은 ‘평등화 충동’과 ‘개체화 충동’ 사이에서 발생하기 때문에 유행을 모방하는 과정에서 주체를 객체에 일치시키려하고 내적으로 스스로 변화시키려 한다. 유행을 향유하는 시기에는 내적으로 정착 단계에 이른다. 하지만 유행이 바뀌면 전유와 정착과정을 통해 일치되었던 주체와 객체가 다시 분리된다. 이에 대해 김덕영(2007:547)은 “결과적으로 유행에서는 소유와 존재의 종합이 실현될 수 없다”고 이야기한다. 이를 키포크 문화와 연관시켜 생각해보면 소박함이라는 가치의 소유와 생존주의 사

회에 살아가는 존재의 분리가 일어난다는 것이다. 이 소유와의 분리 사이에서 개인들은 아름다운 이미지를 통해 위안을 받고 미래를 기약하며 소유와 존재를 일치시킨다. 따라서 소박함의 미화된 이미지는 생존주의 현실과 갈등을 빚는 것이 아니라 오히려 조화를 이룬다.

면접 대상자 9는 키포크 문화에 대해 “꿈을 파는” “이미지 장사”라고 평하기도 한다. “지금 내가 먹고 있는 건 포장돼서 나오는 냉동 간고등 어지만 그래도 언젠간 나도 우리 집에서 키운 고추랑 토마토라도 해볼 수 있지 않을까”, “맨날 지금은 돈만 쫓아다니지만 은퇴하면 바닷가에서 배를 낚으면서 살 거야”라는 꿈을 꿀 수 있게 해준다는 것이다. 더불어 이미지가 소박함의 가치를 전시하기 때문에 “완전히 허황된 꿈”은 아니고 “마음 먹으면 어느 정도는” “10개 중 2개는 잡을 수 있는 거리에 있는 꿈”으로 나의 현실에서도 실현할 수 있다.

소박한 이미지와 현실의 조화는 현실 변혁의 필요성을 크게 느끼지 못하게 한다. 개인이 소비하는 이미지와 현실 사이의 괴리⁷⁵⁾가 갈등을 조장한다면 이는 분노와 회의로 이어지겠으나, 오히려 소비되는 이미지가 미학화되면서 현재의 시간을 버틸 수 있게 해주고 미래를 꿈꿀 수 있게 해준다. 즉 생존주의라는 현실을 존속시켜주는 수단으로 작용하는 것이다. 더불어 소박한 이미지는 이제 획득해야할 문화자본으로 작용한다. 생존주의 사회에서 개인의 유리한 생존 조건을 위해 얻어야 할 가치인 것이다. 소박함이 새로운 사치품으로 인정 받으면서 소박함의 가치를 인지하는 취향은 중시된다.

생존주의 사회에서 개인은 경쟁 방식 자체에 대한 저항적인 운동으로 나아가든가, 사회적인 것을 포기하고 자신만의 공간으로 물러나서 고립된 스펙타클을 즐기든가, 머나먼 여행을 떠나서 힐링을 하고 돌아와 충

75) 면접 대상자 5는 자신의 삶의 방식과 이미지 사이의 괴리에 대해 “지금 원룸에 동생과 살고 있고 주중에는 바빠서 어제든 새벽 3시에 퇴근했거든요. 주말에도 어쩔 때는 하루, 어쩔 때는 이틀 회사 나가니까 집안일을 거의 안 하게 돼요. 그치만 누워서 스마트폰을 할 수도 있고 노트북을 할 수도 있고 하다가 그런 이미지를 봐요. 너무 좋다 하는 순간 내 방을 봐요. 그럴 때 좀 비참하다는 생각까지 들 때가 있죠”라고 이야기했다.

전된 에너지를 바탕으로 살아가든가, 친밀성을 바탕으로 하는 작은 모임에 소속되든가 하는 등의 선택을 내릴 수 있을 것이다. 개인은 위의 요소들이 복합적으로 작용하는 가운데 선택을 내릴 것이다. 이 때 키포크족들은 광장으로 나가지도, 일상이 아닌 곳으로 떠나지도, 자신만의 공간에 머물지도, 폐쇄된 모임에 머물지도 않는다. 자신의 작은 공간을 타인과 소박한 방식으로 공유하고 새로운 시공간을 만들어나가는 축에 가깝다.

자신의 공간이 타인과 공유되면서 또는 서로를 위한 공간을 만들어 나가면서 이들은 거대한 스펙타클로부터 ‘오염되지 않은’ 시공간을 형성해나갈 수 있고 이는 일상과 공존할 수 있으면서도 시스템 자체에 반대하며 생기는 저항성에 수반되는 비용을 감수할 필요도 없게 된다.

2) 공공성을 대신하는 소박함의 공동성

키포크 관련 포스팅이 압도적으로 나타난 매체는 인스타그램이다(‘kinfolk’ 관련 342405건, ‘키포크’ 관련 17701건). 인스타그램은 아날로그 느낌 등 자체 사진 필터를 제공함으로써 사용자의 일상 또는 여가 활동 등을 예쁘게 꾸며서 다른 사람들과 공유할 수 있는 매체로 사용된다. 〈키포크〉 잡지에서 보여주는 이미지의 경우 굉장히 예쁘지만 “너무 압도적으로 대단해서 내가 엄두를 못 내겠는 건 아닌(면접 대상자 14)” 것들을 보여주기 때문에 키포크 이미지를 따라하면서 소박한 일상을 과시하고 타인들과 상호 인정할 수 있게 된다. 노리토시(2015:300)는 “실리실익을 따지지 않는 공동체가 증가하면서, 승인 욕구를 채워 주는 것들이 분산되어 우리의 정체성을 보장해 주게 되었다. 이런 공동체에서 제공받는 포근한 상호 승인 덕분에, 젊은이들은 굳이 사회의 다양한 문제를 모두 해결하지 않아도 살아갈 수 있게 되었다”고 본다. 오프라인이나 온라인으로 서로의 미적 감각과 취향을 승인함을 통해 개인은 정체성을 보장받기 위해 사회나 국가라는 커다란 공동체를 굳이 필요로 하지 않는다. 단순히 소박함의 가치가 상업화되거나 SNS

상의 디자인을 위한 것으로 미학화되었기 때문에 소박함이라는 가치의 대안적 파급력이 줄어드는 것은 아니다. 개인들이 대규모의 집단이나 사회보다 소규모 집단에서 충분한 정체성을 형성하고 만족한다는 점에 주목할 필요가 있다.

또한 키포크 문화에서는 대규모 공동체에서 중요 가치를 공동으로 천명하는 것만으로도 변화가 가까워진다고 믿는 모습도 볼 수 있다. 키포크 16호에서는 “중요한 순간에 같은 목표를 공유하는 타인 앞에서 공공적으로 변화의 가능성을 선언하는 것이야말로 공동체적 변화의 필요 불가결한 요소(59쪽)”라고 이야기한다. 소박함의 가치가 진정성을 가지고 단순 상품이나 미적 과시를 위한 것이 아니라면 더더욱, 이 가치는 공동으로 선언되고 공유되는 것으로 변화를 불러일으킬 것이라는 것이다. 노리토시는 SNS가 제공하는 “‘공동성’에 ‘사회를 바꾼다’라는 목적이 흡수되어 버릴 것(299쪽)”이라고 진단한다. 이는 사적(private)인 것, 공동성(the common), 공공성(the public)의 논의를 떠올린다. 촛불 집회는 개인적 염려에서 촉발된 사적(private)인 사안을 공동(common)의 문제로 인식하고 시작했으나 공적(public)인 해결책이 이르지 못했다⁷⁶⁾. 키포크 문화에서 소박함의 가치를 믿는 사적인 말화들이 공동적으로 선언되고 서로의 존재를 확인하지만 공공(public)의 영역으로 나아가지 못하는 것은 기존 사회운동의 잣대로 보았을 때 한계로 남을 것이다.

키포크 문화에서 소박함에 대한 추구가 대형화되면서 소박함이라는 가치와 이를 지향하는 개인 사이의 거리는 더욱 멀어졌다. 짐멜(2007:96)은 유행은 오랜 시간 지속되고, 좁은 범위의 사람들을 결합시킬 때 “유행의 주체와 개별적인 내용 사이에 이른바 인격적인 관계가 형성”⁷⁷⁾된다고 보았다. 유행이 빠르게 광범위로 변화한다면 이러한 인

76) 차동욱, 2001, 「公(publicness)와 私(privateness)의 대립 속에 묻혀버린 共(commonness)」, <평화학연구> 12권 3호.

77) 짐멜, 게오르그, 2007, 『게오르그 짐멜의 문화이론』, 김덕영·배정희 옮김, 갈.

격적인 결합은 해체된다. 대형화된 키포크 문화에서 소박함이라는 가치와 유행의 주체인 개인 사이의 인격적인 관계가 형성되기 어려워졌다는 것이다.

생존주의 사회에서 개인은 탈-생존주의의 일환으로 소박함이라는 미적 가치와 생활 양식을 추구하나, 대형화된 유행이 되면서 소박함의 가치는 미학만 중시되고 아름다운 이미지는 오히려 기존의 생존주의 사회에서 버텨나갈 수 있게 하는 힘으로 작용한다. 더불어 소박함의 가치가 소규모 공동체 내에서 상호 승인을 받고, SNS 등의 공동 공간에서 공유, 천명됨으로써 개인들에게 이미 충분한 만족감을 제공하고 소박함이라는 생활 양식의 실천은 미뤄지고 있다.

VI. 결론

본 연구는 한국 사회의 소박함에 대한 지향을 분석함으로써 미적 가치와 윤리적 가치가 어떠한 사회적 맥락을 가지고 공동체를 형성하고 있는지에 집중하고자 했다. 본 연구에서 주목하는 소박함은 미적 취향이자 윤리이고, 관계 및 공동체의 양태이며 넓게는 생활 정치적 원리이다. 분석을 위해 소박함의 가치를 중심에 내세우는 계간지 키포크와 키포크 문화를 탐구하였다. 〈키포크〉 잡지의 텍스트와 사진 분석, 키포크 관련 기사 담론 분석, 키포크 공식/비공식 모임 분석, 키포크 관련인들에 대한 심층 면접을 통해 키포크 문화를 분석하고자 하였으며 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 〈키포크〉 잡지는 친환경적이고 정치적으로 진보적이며 창조적인 도시 미국 포틀랜드에 기반을 두고 있으며 한국에서는 개개인의 온라인 개별 구매, 소규모 책방의 판매 등의 경로를 통해 소비되었다. 이후 한국의 음식 문화와 힐링 문화에 대한 열광과 맞물려 키포크 문화가 대중적으로 알려졌으며 키포크 관련 모임이 생기고 미디어의 조명을 받으며 그 관심이 확산되었다. 전세계로 확산된 키포크 문화는 ‘힙스터’ 문화로도 알려졌는데 ‘힙스터’는 창의적인 직업군에 종사하면서 고급 취향을 가지고 이를 과시하는 집단을 의미한다. 이들에 대해 최첨단 소비자 혹은 저항적 소비자라는 평이 내려지기도 했으며 키포크 문화는 최근의 힙스터 집단의 모습을 보여주는 단면이기도 하다. 한국의 경우도 힙스터 문화의 일부로 키포크 문화가 언급되기도 했으나 한국 젊은이들의 경제적, 문화적 자본의 부재로 힙스터 문화가 발달하기는 어려웠으며 대신 직장인들이나 주부들을 중심으로 키포크 문화가 퍼져나갔다.

둘째, 소박한 취향과 삶의 방식은 미적 취향의 결과이자 윤리적 선택의 일환이기도 하다. 소박한 취향은 단순하고 절제된 아름다움, 애쓰지 않은 듯한 멋으로 대표된다. 이들은 과한 느낌을 주는 것을 과감히 골라내고 가장 필수적인 것들만 남겨 깔끔하고 우아한 느낌을 추구한다. 이 때 미적 가치는 아등바등 애쓰지 않고 자연스럽게 획득된 것

으로 보여지는 것('Sprezzatura'의 태도)이 중요하다. 이러한 소박한 취향은 삶 속에서 일과 취미의 조화, 자연과 가까움, 일상 속 여유로 대표되기도 한다. 일과 취미 사이에 경계가 불분명하다는 점, 자연을 가까이하고자 하나 도시 속 친환경적인 삶을 지향한다는 점, 여유를 찾지만 멀리 여행을 가거나 탈-일상을 추구하기보다 일상 속에서 여유로운 시공간을 유지하고자 한다는 점을 특징으로 들 수 있겠다. 화려하고 복잡한 장식보다 깔끔하고 정제된 물품과 이미지를 선호하는 소박한 미적 취향은 몇몇에게는 한국 사회의 각박한 '생존주의'와 거리를 두고자 하는 윤리적 선택과 맞닿아 있다. 생존주의는 극한의 상황에서 목숨을 구하거나 커다란 성공을 성취하려는 자세보자름 개인의 평범한 행복과 안정을 위해 경쟁 상황에 지속적으로 참여하는 마음이다. 키포크 문화는 경쟁 속에서 대항하지 못하고 일상을 살아가는 행위자들에게 주체가 되는 기쁨을 제공한다. 즉 생존주의로부터 지친 이들에게 내 삶을 내가 통제하고 있다는 주체적인 느낌을 제공한다.

셋째, 키포크 문화가 상정하는 소박한 관계와 공동체는 취향과 친밀한 분위기를 공유한다. 키포크족들은 미국 키포크 본사와 연관을 맺고 있는 키포크 공식 모임과 그밖의 비공식 모임을 통해 함께 음식을 만들거나 식사하면서 이야기를 나눈다. 이들은 대부분 처음 만나는 이들과 어색함 없이 식사하면서 친밀한 분위기를 형성하며 키포크 문화를 중심으로 비슷한 취향을 공유한다. 소박한 관계의 양상은 이들의 지향점을 통해 잘 드러나는데, 이들은 자아와 가까운 사람들의 행복을 중시하지만 이것이 키포크족의 폐쇄성을 의미하지는 않는다. 오히려 이들은 처음 만나는 사람에게 좋은 사람, 열려 있는 사람이 되고자 하며 편안한 대화를 이어나가기를 기대한다. 이는 기존의 하위 문화가 상정하고 있는 기존 문화에 대해 '저항하는 자아(the opposing self)'와는 구분되는 지점이다. 더불어 공동체의 관점에서는 소집단이 다른 소집단과, 그리고 보다 큰 공동체와 자생적으로 조화를 이루고 사회에 변화를 가져올 것이라는 기대를 가지고 있기도 하다.

넷째, 소박한 문화가 대형적으로 소비되기 시작하면서 오히려 소박함의 실천은 유예되고 있다. 키포크 문화의 확산과 함께 환경 문제와 먹거리에 대한 관심을 바탕으로 사회 운동으로 발전되거나 느리고 단순한 삶의 대안적 방식으로 소박함이 실천될 수 있을 것이라는 기대도 나타났다. 키포크 문화의 사회 운동적인 성격은 이데올로기가 중심이 되기 보다는 삶의 방식(lifestyle)에 대한 관심이 주를 이루고 고정된 슬로건을 내걸고 강요를 앞세우지 않는다. 키포크 문화는 점차 하나의 스타일로 소비되면서 빠른 소비를 위해 미적 가치만이 중시되었고 키포크 자체의 내용보다는 그것이 소비, 표현되는 양상이 독립적으로 자리잡기 시작했다. 이 때 중시되는 소박함의 미적 이미지는 한국 사회의 생존주의와 갈등을 일으키는 것이 아니라 조화로운 모습을 보이면서 기존의 생존주의를 존속시키는 힘으로 작용한다. 이는 행위자들이 소박한 문화와 생존주의라는 현실이 충돌할 때 진자를 선택하기에 드는 비용이 모두 개인에게 부담되면서 소박함을 실천해나가는 것이 쉽지 않기 때문이다. 따라서 미적 이미지는 이미지로 소비되고 현실은 현실대로 진행시키면서 소박한 이미지로부터 위안을 얻는다. 또한 소박함의 가치 역시 대중 앞에서 공유되고 선언되는 것으로 개인들에게 공동체에 소속돼 있다는 만족감을 주면서 실제로 공적인 해결책으로 자리잡지는 못하고 있다.

인디 문화 사람들에게 키포크 문화는 ‘대중 문화’가 되었지만 일반인들에게 키포크 문화는 하위 문화의 하나로 인식된다는 점에서 키포크 문화가 한국 사회의 소박함의 양상을 얼마나 드러내줄 수 있을 것인지 한계가 지적될 수 있다. 또한 길지 않은 기간 동안 하나의 유행으로 스쳐지나가는 문화 현상을 분석함에 있어 보다 체계적인 방법론을 제시하지 못한 점이 아쉽다.

또한 키포크 문화라고 부르는 문화의 구성원들 역시 여럿으로 분화돼 있다. 일부는 키포크 문화를 이미지로써 소비하고 일부는 소박한 생활 그 자체를 향유한다. 그럼에도 소박함이라는 가치가 나타나게 된 사회

적 맥락과 이를 열망하는 행위자들의 배경은 동일한 이름으로 풀어낼 수 있으리라 기대한다.

생존주의에서 벗어나고자 하는 소박함의 열망은 친밀함과 취향을 중심으로 하는 작은 공동체에서 만족감을 얻고 오히려 생존주의에서 추구해야하는 새로운 미적 가치로 변모했다. 현실 속의 생존주의에서 벗어나고자 하는 개인들은 소박함의 열망을 가지고 있으나 그 열망이 현실과 충돌하면서 다가올 미래를 이미지로 만들어 보여주는 소망으로 전환되고 있음을 파악할 수 있었다.

참고문헌

1. 1차 자료

1) 〈킨포크〉 잡지

〈킨포크〉 1~7호, 김미란 외 옮김, 책읽는수요일.

〈킨포크〉 8~16호, 문수민 외 옮김, 디자인이음.

〈킨포크 테이블〉 1~2호, 2014, 박상미 옮김, 월북.

2) 신문 기사

”그림의 떡’이 나를 위로한다”, 〈한겨레21〉, 2012.10.30.

“창조적 직업인들의 소박하지만 정성이 담긴 열린 식탁과 레시피”, 〈경향신문〉,
2013.11.29.

“나 혼자 산다, 그래도 밥은 다 같이”, 〈한겨레〉, 2013.12.23.

“킨포크 서울 디너, 음식으로 함께 힐링하다”, 〈채널예스〉, 2013.12.27.

“‘식사를 합시다’ - 1인 영화관과 콘서트 찾는 싱글들”, 〈매일경제〉,
2014.01.08.

“엄마 손맛, 집밥의 발견”, 〈여성중앙〉, 2014.03.17

“지구 어디서나 ‘집밥’이 최고”, 〈시사인〉, 2014.03.22.

“제주도, 〈킨포크〉, 그리고 이효리라는 트렌드”, 〈ize〉, 2014.06.18.

“이렇게 살아도 괜찮은 걸까”, 〈시사인〉, 2014.07.05.

“힙스터 문화는 우리의 식탁을 풍요롭게 만드는가?”, 〈에센〉, 2014.07.15.

“삼성전자 디자이너들 2014년 큰 관심 분야는 라이프스타일-인문학”, 〈국민일
보〉, 2014.07.21.

“백화점 문화강좌에도 ‘킨포크’가 뜬다”, 〈연합뉴스〉, 2014.07.24.

“기발한 영감은 도처에 있다...크리에이터가 사랑한 것들”, 〈매일경제〉,
2014.07.30.

“속이 예쁜 우리집”, 〈매일경제〉, 2014.08.01.

“여유로운 삶 공유하는 ‘킨포크족’ 위한 아이템에 주목하자”, 〈bntnews〉, 2014.08.22.

“킨포크 스타일: 자연주의 푸드 스타일리스트 양은숙”, 〈여성조선〉, 2014.08.23.

“킨포크족을 위한 라이프 스타일 아이템은?”, 〈아크로팬〉, 2014.08.25.

“소셜 다이닝의 진화 카카오에 房 잡았다”, 〈국민일보〉, 2014.08.26.

“김병만, 어떻게 우리네 가장들의 로망 되살렸나”, 〈엔터미디어〉, 2014.09.11.

“우리를 부르는 요리, 모여라 같이 먹자”, 〈주간동아〉, 2014.10.27.

“근무중 자료실 방문은 농땡이? 영감 얻는 시간!”, 〈국민일보〉, 2014.11.03.

“다양한 브랜드 써보고 구매 개성 있는 골목길 재발견”, 〈주간동아〉, 2014.11.24.

“가면 쓴 이들, 셀카봉 들고 심야식당 가다”, 〈이데일리〉, 2014.11.27.

“고전 토론... 와인 제조... 이 대학 특별한 매력 있다”, 〈주간동아〉, 2014.12.01.

“놈코어(Normcore) 심플함의 극치& 사치의 진화”, 〈이코노믹리뷰〉, 2015.01.14.

“멸종위기에서 끌려온 생물체... 힙스터에 대한 보고서”, 〈매일경제〉, 2015.01.21.

“게으른 TV, ‘음식 포르노’를 배설하다”, 〈한겨레〉, 2015.05.29.

“젊은이들은 왜 직장 떠나 가사에 매달리는가”, 〈국민일보〉, 2015.03.06.

“고액연봉보다 살림 ... 집으로 돌아온 그녀들”, 〈중앙일보〉, 2015.03.07.

“모두 이효리가 될 순 없지”, 〈시사인〉, 2015.03.26.

“부억으로 간 페미니즘”, 〈보그〉, 2015.05.21

“광교산 한양수자인 더킨포크 청약마감.. 최고 경쟁률 28.83대 1”, 〈경향신문〉, 2015.07.04.

Brown, Elizabeth (2014), In praise of hipster sellouts, *Colorado Springs Independent*, November 26.

Bula, Diana (2015), Die Kernfamilie ist überfordert, *Tagblatt*, May 20.

Conwell, Libby (2012), Kinfolk pops up in Charleston, *Charleston City Paper*, October 23.

- Deresiewicz, Willian (2011), Generation sell, *The New York Times*, November 12.
- Dormoy, Géraldine (2013), Mes bonnes adresses à Bruxelles, *L'express Styles*, April 9.
- Dormoy, Géraldine (2014), L'interview de maman: Mimi Thorisson, blogueuse et auteure culinaire, *L'express Styles*, October 28.
- Ferrier, Morwenna, 2015, 39 signs that you are in the Kinfolk cult, *The Guardian*.
- Greene, Gael (1980), What's nouvelle? La Cuisine Bourgeois, *New York Magazine*, June 2.
- Harris, Jenn (2013), 14 holiday gifts for your favorite hipster foodies, *LA Times*, December 12.
- Johnston, Robert (2014), Top up your hipster food credentials with a copy of Kinfolk, *UK GQ*, May 15.
- Levitt, Jonathan (2012), The unstyled look of hipster food magazines, *The Boston Globe*, November 27.
- Mcperson, Poppy (2015), Build your own Bangkok: An Artist Turned Amateur Anthropologist, *The Diplomat*, May 22.
- Murphy, Tim (2014), Better Homes and Hipsters, *The New York Times*, April 25.
- Olmstead, Gracy (2013), Where Wendell Berry Meets Martha Stewart, *The American Conservative*, November 26.
- Orenstein, Peggy (2010), The Femivore's dilemma, *The New York Times Magazine*, March 11.
- Praschi, Von Peter (2013), Nun ist Landlust auch in Amerika wieder hip, *Die Welt*, December 2.
- Praschi, Von Peter (2015), Neuer Hipster-Trend ist unerträglich selbstegefallig, *Die Welt*, April 14.
- Watson, Shane & Betts, Hannah(2014), Dealing with dietary requirements at Christmas, *The Australian*, December 9.

"Annual Estimates of the Resident Population for Incorporated

Places of 50,000 or More”, United States Census Bureau. June 2015.

“Race Alone or in Combination, for States, Puerto Rico, and Places of 100,000 or More Population: 2000”, U.S. Census Bureau, Census 2000 Brief, C2KBR/01-1, March 2001.

“Bicycle Master Plan”, Resolution No. 35515, Office of Transportation, City of Portland, 1998.

“2015 Sustainable City Government Principles and 2030 Environmental Performance Objectives”, Resolution No. 37121, Portland City Council. April 2015.

2. 국내저자 문헌

강규한, 2003, 「『월든』 다시 읽기: 문학생태학의 새로운 모형」, 『영어영문학』 49권 3호.

김덕영, 2007, 『게오르그 짐멜의 모더니티 풍경 11가지』, 길.

김복래, 2010, 『파리의 보헤미안과 댄디들』, 새문사.

김완구, 2014, 「음식윤리의 주요 쟁점과 그 실천의 문제」, 한국환경철학회, 『환경철학』 18권 0호.

김원중, 2014, 「웬델 베리의 음식의 경제학과 섭생의 윤리」, 『미국학논집』 46권 2호.

김은정, 2015, 「'위험' 주제 보도사진의 비주얼 텍스트 유형 연구」, 『한국일러스트레이션학회지』 42호.

김진영, 2010, 「웬델 베리 연구: 지역생태적 관점을 중심으로」, 고려대학교 석사학위논문.

김태향·정순희·신민경, 2014, 「한국의 서스펜디드 커피(Suspended Coffee) 운동, 미래 가게의 소비자주의적 가치 연구 : 그레마스 기호학을 중심으로」, 『소비문화연구』 17권 1호

김형기, 1998, 「후기 브레히트의 연극미학적 범주로서의 '소박함」, 『한국연극학』 11권 1호

김홍중, 2006, 「소망의 상상력과 희망의 파상력」, 『인문학연구』 39.

- 김홍중, 2009, 『마음의 사회학』, 문학동네.
- 김홍중, 2015, 「서바이벌, 생존주의, 그리고 청년 세대」, 『韓國社會學』, 49권 1호.
- 노춘기, 2013, 「1930년대 황석우 시의 정치성과 탈정치성」, 『한국학연구』 47권.
- 박기웅·조정연, 2010, 「현대소비사회에서의 취향과 유행의 상관성과 대중문화의 역할」, 『한국콘텐츠학회논문지』 10권 2호.
- 박연선, 2007, 『색채용어사전』, 국립국어원, 도서출판 예림.
- 박운아, 1996, 「환경친화적 소비자 행동의 특성에 관한 고찰」, 『산업기술연구논문집』, 3권.
- 반주원, 2007, 「여성 소비자의 라이프스타일에 따른 식사태도와 식행동」, 경기대학교 대학원.
- 반주원, 2008, 「서울시 여성 소비자의 라이프스타일에 따른 군집분석과 외식 행동에 대한 연구」, 『한국식생활문화학회지』 23권 3호.
- 변순용, 2014, 「지속가능한 식사의 윤리적 의미에 대한 연구」, 『환경철학』 17권 0호, 한국환경철학회.
- 변현단, 2011, 『소박한 미래: 자급자족 사회를 위한 農 이야기』, 들녘.
- 서덕희, 2003, 「“교실붕괴” 기사에 대한 비판적 담론 분석: 조선일보를 중심으로」, 『교육인류학연구』 6권 2호.
- 서선영, 2010, 「한국 Eco-Mom(환경친화주부)의 정체성과 그린생활의 의미 분석」, 소비문화연구, 13권 3호.
- 신윤숙, 2013, 「우리나라 슬로우 운동의 잠재 역량과 자원 분석」, 『문명연구』 14권 1호.
- 양영철, 2009, 「풀뿌리 평화운동의 필요성에 대한 소고」, 『JPI Research Series』 2009권 1호.
- 원재연, 2010, 「사회학적 에스노그래피의 모색 - 마이클 부라보이의 사례확장방법을 중심으로-」, 『담론 201』 13권 1호.
- 유소이, 2012, 「윤리적 제품에 대한 소비자 구매 갭(Gap): 공정무역커피를 대상으로」, 『消費者問題研究』 41호.
- 윤구병, 2008, 『가난하지만 행복하게: 자연과 공동체 삶을 실천한 윤구병의 소박하지만 빛나는 지혜』, 휴머니스트.
- 윤희수, 2001, 「『월든』의 생태주의적 지향성에 관한 연구」, 『새한영어영

- 문학』 43권 2호.
- 이승아·김광석·송장근, 2009, 「윤리적 소비주의 관점에서 Fair Trade가 소비자 행동에 미치는 영향」, 『經營學研究』, 38권 1호.
- 이영현, 2013, 「웬델 베리의 『제이버 크로우』에 나타난 생태적 농업과 영농산업의 대비」, 『문학과 환경』 12권 2호.
- 이유리·김성혁·안선정, 2009, 「식생활 라이프스타일에 따른 파티 잠재 고객의 공간 연출과 음식에 대한 중요도 차이」, 『연구한국조리학회지』 15권 2호.
- 이종임, 2004, 『식탁 위의 혁명: 소박한 밥상이 당신의 건강을 지킨다』, 시공사.
- 이혜영, 2012, 「Henry David Thoreau의 Walden에 나타난 생태중심 윤리」, 부산외국어대학교 학위논문.
- 이희영, 2011, 「텍스트의 ‘세계’ 해석과 비판사회과학적 함의: 구술자료의 채록에서 텍스트의 해석으로」, 『경제와 사회』 91호.
- 임세근, 2009, 『단순하고 소박한 삶: 아미쉬로부터 배운다』, 리수.
- 임수현, 2012, 「헨리 데이비드 소로우의 『월든』에 나타난 윤리의식」, 충북대학교 학위논문.
- 임영신·이혜영, 2009, 『희망을 여행하라』, 소나무.
- 전득주, 2013, 「웬델 베리의 시에 나타난 생태신학적 요소」, 『새한영어영문학』 55권 2호.
- 전성원, 2012, 『누가 우리의 일상을 지배하는가』, 인물과 사상사.
- 정성훈, 2011, 「현대 도시의 삶에서 친밀공동체의 의의」, <철학사상> 41권, 서울대학교 철학사상연구소.
- 정재은, 2014, 『메이드인 브루클린: 소박한 삶, 특별한 행복을 만드는 브루클린의 메이커들』, 아트북스.
- 조명환·정선자, 2012, 「관광객의 가치와 공정관광 결과지각에 관한 연구 -윤리적 소비행동의 매개효과를 중심으로」, 『관광학연구』 36권 1호.
- 조미영·조동석·이혜영, 2012, 「청년 여행자의 책임여행의지에 대한 여행윤리의식과 여행형태의 이원적 차이에 관한 연구」, 『觀光研究』 27권 3호.
- 차동욱, 2011, 「公(publicness)와 私(privateness)의 대립 속에 묻혀버린 共(commonness)」, 『평화학연구』 12권 3호.
- 차태훈·하지영, 2010, 「공정무역 제품구매에 대한 탐색적 연구」, 『소비문

화연구』13권 1호.

최재홍, 2009, 「음식관련 라이프스타일(FRL)의 유형에 관한 연구」, 경기대학교 일반대학원.

한기욱, 1998, 「미국의 정신주의와 생태학: 소로우의 『월든』에 대한 비판적 고찰」, 『인제논총』14권 2호.

홍연금·송인숙, 2008, 「친환경농산물 소비자의 구매동기 분석을 통한 윤리적 소비 행동 사례연구」, 『소비문화연구』11권 3호.

황규원, 2008, 「소비자 라이프스타일에 따른 식공간연출 요소에 관한 연구」, 경기대학교 관광전문대학원.

3. 국외저자 문헌

N+1, 2011, 『힙스터에 주의하라』, 최세희 옮김, 마티, 2011.

그림, 로버트, 2009, 『권력의 법칙』, 이수경 외 옮김, 웅진지식하우스.

기든스, 앤서니, 2010, 『성찰적 근대화』, 임현진 옮김, 한울.

노리토시, 후루이치, 2015, 『절망의 나라의 행복한 젊은이들』, 이언숙 옮김, 민음사.

니어링, 헬렌, 2001, 『(헬렌 니어링의) 소박한 밥상』, 공경희 옮김, 디자인하우스.

라비, 피에르, 2013, 『피에르 라비의 자발적 소박함』, 배영란 옮김, 예담.

랩, 브릿지, 2014, 『트루 포틀랜드』, 박수현 옮김, 터닝포인트.

레인, 존, 2003, 『언제나 소박하게: 소비 사회에서 창조적으로 살아가는 법』, 유은영 옮김, 산티.

르 봉, 귀스타브, 2014, 『군중심리학』, 민문홍 옮김, 책세상.

맷차, 에밀리, 2015, 『하우스 와이프 2.0』, 허원 옮김, 미메시스.

마페줄리, 미셸, 2013, 『디오니소스의 그림자』, 이상훈 옮김, 삼인.

바우만, 지그문트, 2009, 『액체 근대』, 이일수 옮김, 강.

보들레르, 샤를, 1973, 「현대적 생의 화가」, 『나심(裸心)』, 이환 옮김, 서문당.

부르디외, 피에르, 2005, 『구별짓기』, 최종철 옮김, 새물결.

슈나이더, 레기네, 2002, 『소박한 삶』, 조원규 옮김, 여성신문사.

앤드류스 , 세실 외, 2014, 『우리는 소박하게 산다: 당신이 소박해져야 되는 30가지 이유』, 김은영 옮김, 오후의 책.

엘진, 듀안, 1999, 『소박한 삶의 철학: 소박하지만 풍요로운 삶을 위한 인생 지침서』, 김승욱 옮김, 바다출판사.

윤슨, 스테판, 2013, 『대중의 역사』, 양진비 옮김, 그린비.

짐멜, 게오르그, 2005, 『짐멜의 모더니티 읽기』, 김덕영 옮김, 새물결.

짐멜, 게오르그, 2007, 『게오르그 짐멜의 문화이론』, 김덕영·배정희 옮김, 길.

캠벨, 콜린, 2010, 『낭만주의 윤리와 근대 소비주의 정신』, 박형신·정현주 옮김, 나남.

파운틴, 딕·로빈스, 데이비드, 2003, 『세대를 가로지르는 반역의 정신 cool』, 이동연 옮김, 사람과 책.

파이너, 에반, 2004, 『소박한 웰빙』, 강주현 옮김, 성우.

한든, 필립, 2004, 『소박한 여행』, 김철호 옮김, 강.

허시먼, 앨버트, 2005, 『떠날 것인가, 남을 것인가?』, 강명구 옮김, 나남.

히스, 조지프, 2006, 『혁명을 팝니다』, 윤미경 옮김, 마티.

Bennett, Lance (2006), "Branded Political Communication: Lifestyle Politics, Logo Campaigns, and the Rise of Global Citizenship, Politics, Products, and Markets: Exploring Political Consumerism", Chapter in Michele Micheletti, Andreas Follesdal, and Dietlind Stolle, eds., *The Politics Behind Products*. New Brunswick, N.J.: Transaction Books.

Brake, Michael (1985), *Comparative Youth Culture: The Sociology of Youth Cultures and Youth Subcultures in America, Britain and Canada*. London: Routledge & Kegan Paul.

Buechler, Steven M. (2000), *Social Movements in Advanced Capitalism*, Oxford University Press.

Cherry, Elizabeth (2006), "Veganism as a Cultural Movement: A Relational Approach", *Social Movement Studies* Vol. 5, Iss: 2.

Eliasoph, Nina (1998), *Avoiding Politics*, Cambridge University Press.

- Florida, R. (2002), *The Rise of the Creative Class: And How it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Perseus Book Group.
- Frank, Thomas (1997), *The conquest of cool*, University of Chicago Press.
- Gelder, Ken (2007), *Subcultures: Cultural Histories and Social Practice*, Routledge.
- Giddens, Anthony (1991), *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Goldberg, Robert Alan (1991). *Grassroots Resistance: Social Movements in Twentieth Century America*. Belmont California:Wadsworth Publishing Company.
- Haenfler, Ross (2012), "Lifestyle Movements: Exploring the Intersection of Lifestyle and Social Movements", *Social Movement Studies* Vol.11 Iss:1.
- Hebdige, Dick (1979) *Subculture: The Meaning of Style*. London: Methuen.
- Hoffer, Eric ([1951] 2011). *The True Believer*. New York: Harper.
- Karl, Kristina Noelani (2013), "The crisis of social change for Simple Livers: How a faith-based organization and its members affect the voluntary simplicity movement", University of Colorado at Boulder.
- Kasser, T.,&Ryan, R. M. (1996). "Further examining the American dream: Differential correlates of intrinsic and extrinsic goals". *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 280-287.
- Lloyd, Richard (2010). *Neo-Bohemia: Art and Commerce in the Postindustrial City*. Routledge.
- Maffesoli, Michel (2003), "Community Aesthetics", *Fashions and Hypes* Vol.16, Iss:2, pp.138-145.
- Muggleton, David (2000), *Inside Subculture: The Postmodern Meaning of Style*, Oxford, YK: Berg.

- Olson, Mancur. (1965), *The Logic of Collective Action*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Polletta, Francesca and James M. Jasper (2001). "Collective Identity and Social Movements." *Annual Review of Sociology* vol. 27.
- Robinson, Richard & Getz, Donald (2014), "Profiling potential food tourists: an Australian study", *British Food Journal* Vol. 116 Iss: 4.
- Ross, Andrew (2009), *Nice Work If You Can Get It: Life and Labor in Precarious Times*, New York University Press.
- Siegel, Jerrold (1999), *Bohemian Paris: Culture, Politics, and the Boundaries of Bourgeois Life, 1830-1930*. The Johns Hopkins University Press.
- Sharma(2012), "Wilhelmine nature: natural lifestyle and practical politics in the German Life-reform movement (1890-1914)". *Social History* Vol. 37 Iss:1.
- Snow, David A. (2004) "Social Movements as Challenges to Authority: Resistance to an Emerging Conceptual Hegemony?", Research in *Social Movements, Conflicts and Change* vol. 25.
- Stack, Steven et al (2010), "Survivalism and Public Opinion on Criminality: A Cross-National Analysis of Prostitution", *Social Forces* Vol. 88 Iss: 4
- Taylor, Charles (1989), *Sources of the Self*, Harvard University Press.
- Taylor, Verta and Nancy E. Whittier (1992). "Collective Identity in Social Movement Communities: Lesbian Feminist Mobilization." Frontiers in *Social Movement Theory*, edited by A. Morris and C. M. Mueller. New Haven: Yale University Press.
- Snow, David A. (2004) "Social Movements as Challenges to Authority: Resistance to an Emerging Conceptual Hegemony?", Research in *Social Movements, Conflicts and Change* vol. 25.
- Tan, Chenhao et al (2013), "Instant Foodie: Predicting Expert

Ratings From Grassroots", The 22nd ACM Conference on Information & Knowledge Management.

Tilly, Charles (1978). *From Mobilization to Revolution*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Wang, Ning (1999) "Rethinking Authenticity in Tourism Experience", *Annals of Tourism Research* Vol 26 Iss: 2, UK: Pergamon.

Abstract

Aspiration for Simplicity

: A case study on the magazine *Kinfolk* and the Kinfolk culture

Joohyun Park

Sociology

The Graduate School

Seoul National University

This study aims to examine how the virtue of simplicity is expressed and pursued as an alternative lifestyle. For this purpose, I investigate the magazine *Kinfolk*, gatherings through the magazine, and social discourses on the phenomena relating to the magazine. Below are the findings.

First, since the *Kinfolk* culture was imported from Portland, so-called a 'creative city', it has become popular in conjunction with the rapidly emerging culture of well-being in Korea. At the earlier stage, people purchased the magazine *Kinfolk* online individually or through independent bookstores. Later, a number of official and non-official *Kinfolk* meetings began to take place and to attract media attentions. The *Kinfolk* culture, now globally dispersed, is also known as a 'hipster' culture. However, a substantial lack of cultural and economic capital of Korean young generation has impeded the growth of the 'hipster' culture in Korea. Instead, the *Kinfolk* culture has become relatively

more popular for housewives and white-collar workers in the creative industries.

Second, this study endeavors to analyze the virtue of simplicity by drawing a particular attention to the taste and lifestyle that Kinfolk pursues. A simple taste is represented by the unfussy, pared-back beauty and the attitude of 'Sprezzatura', that is, a sort of capability to make a presentation effortlessly. It tends to remove any excessive details and to leave only essential components, highlighting a sense of decency and elegance. The simple lifestyle is represented by a combined form of work and hobby, pro-nature life, and composure in everyday life. The simplicity is pursued against the aesthetic value of spectacle. Simplicity is chosen to enhance one's cultural identity and to keep distance from the masses. The culture of simplicity also derives not only from the process of aesthetic appreciation but also from the tiredness against the survivalism that has become a dominant culture in Korea.

Third, this study closely examines the interaction of the Kinfolk members and readers by analyzing varied forms of official / non-official Kinfolk gatherings. I draw a particular focus on the ideal form of social relations and community that the Kinfolk people imagine. Their gatherings are characterized by the intimate atmosphere in which the participants share their cultural tastes. The Kinfolk members highly appreciate individual happiness, friendship and family, yet their emphasis on these values does not necessarily imply that they are socially exclusive or closed.

Rather, they try to be a good, open person to a stranger and to enjoy easy and light conversations. According to my research, they tend to believe that a community consisting of various small groups would bring about social change and harmonious relations.

Fourth, the virtue of simplicity has come to be engaged with a large scale of consumer culture and consequently its practice has been marginalized. The spread of the Kinfolk culture engenders several movements, leading to critical reflections on social issues, in particular, on the hyper-competitive social dynamic. However, in the Kinfolk culture, the image of simplicity has been also utilized to maintain the survivalism in Korea, rather than to challenge it. The virtue of simplicity has played a role to satisfy individuals by being shared in virtual communities via SNS, rather than being integrated into everyday lives.

Keywords: Kinfolk, simplicity, aspiration, survivalism, community of taste, lifestyle movement

Student Number: 2013-22812